

Elisa Toivola

ASIAKASHALLINNAN SUUNNITTELU KIIINTEISTÖNVÄLITTÄJILLE

ASIAKASHALLINNAN SUUNNITTELU KIIINTEISTÖNVÄLITTÄJILLE

Elisa Toivola
Opinnäytetyö
Kevät 2011
Liiketalouden koulutusohjelma
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

Tekijä: Elisa Toivola
Opinnäytetyön nimi: Asiakashallinnan suunnittelu kiinteistönvälittäjille
Työn ohjaaja: Helena Ahola
Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2011
Sivumäärä: 47+1 liitesivu

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on luoda selkeä suunnitelma asiakashallintatoiminnolle, joka sisältyy kiinteistönvälitysalalle kehitteillä olevaan online-ohjelmistoon. Opinnäytetyön toimeksiantajana on Turussa sijaitseva alan yritys Kiinteistöpointti Oy LKV, jolla on tärkeä rooli ohjelmiston kehittämisessä.

Tarkemmin sanottuna kyseessä on Suomen Kiinteistönvälittäjäliitto ry:n jäsenyrityksiä palveleva ohjelmisto, joka sisältää kaikki alan edellyttämät perusominaisuudet. Ohjelmisto kattaa muun muassa kohteiden, ostotarjousten ja asiakastietojen hallinnan. Opinnäytetyössä tehty suunnitelma koskee ainoastaan asiakashallintaa koskevaa kokonaisuutta, joka sisältää asiakasrekisterin, hakutoiminnon sekä tietojen tulostamisen. Pää tavoitteena on ollut suunnitella asiakasrekisteri siten, että sen avulla yksittäisen asiakkaan tarpeet tulisivat esille. Selkeä ja yhtenäinen tiedonsyöttö mahdollistaa eräänlaisen vahtitoiminnon, joka ilmoittaa potentiaalisen ostajan olemassaolosta kun ohjelmistoon syötetään uusi avoin kohde.

Perustan suunnitelmalle luovat tiedot kiinteistönvälitysalasta ja asiakashallinnasta suhteutettuna alaan, sekä ennen kaikkea toimeksiantajan tarpeisiin. Kiinteistönvälitysalaa käsittelevää kirjallisuutta on saatavilla runsaasti etenkin sen vuoksi, ettei alalle toistaiseksi ole varsinaista koulutusta.

Opinnäytetyön tuloksena on suunnitelma, jonka perusteella ohjelmiston asiakashallintaa koskeva osa voidaan toteuttaa. Suunnitelma toimii lähinnä pohjana, jota on selkeytensä vuoksi myös helppo kehittää eteenpäin tarpeiden mukaan. Vasta ohjelmointivaiheessa voidaan täysin nähdä mitä toimintoja ei voida toteuttaa, tai mitä suunnitelmaan voisi lisätä.

Asiasanat:

Kiinteistönvälitysala, asiakashallinta, tiedonhallinta, ohjelmistosuunnittelu

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Study Programme in Business Economics

Author: Elisa Toivola

Title of thesis: Customer management plan for real estate sector

Supervisor: Helena Ahola

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2011

Number of pages: 47+1

The aim of this thesis was to create a CRM feature plan for an online based program dealing with the functions related to the real estate sector. The thesis topic was commissioned by the real estate company Kiinteistöpointti Oy LKV located in Turku.

To be more specific, the commission deals with a software which will be applied by all the real estate companies belonging to a union called Suomen Kiinteistönvälittäjäliitto ry. Among other things the software includes the estate management, purchase offers and the client register. The plan made in this thesis only contains the part dealing with the client register. Features such as a client list, search and print functions are included in the register. However, the most important attribute of the program is the possibility to detect a potential customer once the information of the new estate has been brought into the system.

The basis for the plan consists of the information of the real estate sector, the customer management related to the line of business and in particular the requirements of the company. There is plenty of literature dealing with the real estate sector due to the lack of a appropriate professional training for the time being. The result of this thesis was a plan which contains guidelines for programming the customer management feature for the software. The plan serves as a clear-cut basis which can easily be developed and improved in order to meet the needs of the company. It is only after the software is being programmed that one can see which features can not be implemented and which features should be added.

Keywords:

Real estate sector, customer relationship management, information management, software design

SISÄLTÖ

TIIVISTELMÄ.....	3
ABSTRACT.....	4
1 JOHDANTO.....	6
2 TOIMEKSIANTAJA.....	9
3 KIINTEISTÖNVÄLITYSALAN PÄÄPIIRTEET	13
3.1 Kiinteistönvälitystoiminta	13
3.2 Kiinteistönvälittäjän tehtävät	14
3.3 Kaupan osapuolet	16
3.4 Asiakirjat.....	17
3.5 Alan lainsäädäntö	19
3.6 Väliytysliikkeen vastuu	21
4 ASIAKASHALLINTA KIINTEISTÖNVÄLITYSALALLA	23
4.1 Toimeksiantajan asiakashallinnan nykytaso	24
4.2 Asiakashallinnan tavoitteet	26
4.3 Asiakastieto	27
4.4 Asiakaslähtöinen liiketoimintamalli	28
4.5 Tarkoitus.....	34
4.6 Ympäristö ja suojaukset	34
4.7 Toiminta ja käyttäjät.....	34
5 LOPPUTULOS.....	36
5.1 Asiakashallinnan toiminnot	36
5.2 Asiakasrekisteri	37
5.3 Asiakastietojen lisäys rekisteriin	38
5.4 Haku asiakastiedoista.....	40
5.5 Tulostus.....	41
6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	43
LÄHTEET.....	46
LIITE 1	48

1 JOHDANTO

Kiinteistönvälitysala on kokenut paljon muutoksia viime vuosikymmenten aikana. Suurimmat syyt muutoksiin ovat alan lainsäädännön tiukentuminen sekä kilpailun ja ketjuuntumisen lisääntyminen. Tapahtuneiden muutosten myötä myös vaatimukset alan harjoittajia kohtaan ovat koventuneet, mikä pakottaa koko alaa kehittymään jatkuvasti. Henkilökohtaisesti ala opinnäytetyön aiheena on kiinnostava ennen kaikkea sen vuoksi, että vaikka alalla toimii hyvin paljon muun muassa tradenomeja, alan perustietoa ja koulutusta on ollut hyvin vähän saatavilla. Tätä opinnäytetyötä tehtäessä on haluttu perehtyä toimialaan, johon aiemmin ei ole ollut mitään mahdollisuutta tutustua.

Tämän kiinteistönvälitysalaan ja asiakashallintaan perehtyvän opinnäytetyön tarkoituksena on olla mukana alaa koskevassa kehitystehtävässä yhdessä toimeksiantajayrityksen kanssa. Tarkoituksena luoda selkeä suunnitelma online-ohjelmiston osalle, joka toimintoineen kattaa kiinteistönvälitysalan asiakashallinnan kokonaisuudessaan. Työn toimeksiantajana on Turussa sijaitseva kiinteistönvälitysalan yritys Kiinteistöpointti Oy LKV, mutta työn lopputulos on osa suurempaa online-ohjelmistoa, joka on tarkoitettu kaikkien Suomen Kiinteistönvälittäjäliittoon kuuluvien yritysten käyttöön.

Kokonaisuudessaan suunniteltava ohjelmisto on nimeltään Kiinto. Suomen Kiinteistönvälittäjäliitto ry:llä on herännyt tarve uudelle kokonaisvaltaiselle järjestelmälle, jonka avulla alan perustoimintojen käsittely hoituu entistä nopeammin. Kiinteistöpointti Oy LKV on liiton jäsenyritys ja toimii sitä kautta liiton edustajana mukana tulevan järjestelmän suunnittelussa ja kehittämisessä yhdessä Turussa sijaitsevan ohjelmistosuunnittelualan yrityksen kanssa.

Ohjelmisto kattaa kaikki alalla tarvittavat toiminnot kuten kohde- ja asiakashallinnan sekä toimeksiantojen käsittelyn sovellettuna kiinteistön- ja vuokravälitykseen. Tässä opinnäytetyössä paneudutaan ainoastaan kiinteistönvälitystä koskeviin toimintoihin, sillä toimeksiantajayritys ei tarjoa vuokravälityspalvelua. Asiakashallintaa suunniteltaessa pääkehittämis-

kysymykset ovat: millä tavoin ohjelman tulee toimia, jotta se parhaiten palvelisi tarkoitustaan? Mitkä asiakastiedot ovat merkittäviä tai tarpeellisia? Kuinka kaikki tarpeellinen tieto yksittäisistä asiakkaista saadaan tallennettua? Miten tieto syötetään, jotta haku asiakastiedoista sekä potentiaalisen ostajan tunnistus toimisivat moitteettomasti? Tietokenttien yhtenäisyys sekä yksittäisten tietojen priorisointi ovat tärkeässä asemassa, kun halutaan luoda selkeä ja helppokäyttöinen ohjelmistokokonaisuus. Tarkoituksena siis on, että vain tärkeät ja asiakaspalvelun nopeutumisen kannalta merkittävät tai tarpeelliset tiedot huomioidaan. Tiedonhallinnassa on tärkeää huomioida tietosuojaan liittyvät säädökset.

Päätavoitteena projektissa on suunnitella järjestelmää varten asiakashallinnan kattava osa siten, että yksittäisen asiakkaan palvelu, tarpeiden kartoitus ja jälkimarkkinointi hoituvat tehokkaasti. Järjestelmän toimivuus mahdollistaa potentiaalisen asiakkaan löytymisen heti uuden kohteen avautuessa, mikä nopeuttaa sekä asiakaspalvelua että yrityksen toimintaa. Asiakashallinnan suunnitellut pääominaisuudet ovat asiakastietojen syöttö rekisteriin, haku- ja tulostustoiminnot sekä toiminto, joka ilmoittaa potentiaalisen ostajan olemassaolosta heti kun uusi myyntikohde lisätään kohderekisteriin. Suunnitelma laaditaan vaatimusmäärittelypohjan avulla. Yleisesti ottaen vaatimusmäärittely on toimeksiantajan ja ohjelmiston toteuttajan välinen sopimus, josta selviävät suunniteltavan ohjelmiston ominaisuudet, tavoitteet ja vaatimukset. Varsinaista vaatimusmäärittelyä ohjelmistoa varten ei ole tehty, vaan osapuolet ovat sopineet, että ohjelmisto rakennetaan pala palalta kuukausittain pidettävien palaverien avulla.

Kiinteistönvälitysalan osalta opinnäytetyössä perehdytään alan perustietoon, kuten yleisimpiin käytäntöihin, vastuuseen ja rajoituksiin. Muu tietoperusta muodostuu asiakashallinnasta saatavilla olevasta tiedosta. Asiakashallinnassa tullaan kuitenkin keskittymään alaan liittyvään operatiiviseen käytännön asiakashallintaan, ei niinkään yleiseen asiakkuuksien johtamiseen, joka kattaisi myös asiakassuhteiden hoitamisen. Tässä opinnäytetyössä asiakashallinnalla tarkoitetaan asiakastietojen hallintaa käytännössä, asiakkaiden tarpeiden kartoitusta sekä jälkimarkkinointia.

Opinnäytetyön sisältö on jaettu osiin siten, että kappaleessa 3 kerrotaan yleistietoa alasta ja kappale 4 sisältää tietoa asiakashallinnasta kiinteistönvälitysalan näkökulmasta. Kappale 5 sisältää suunnitelman taustatietoja ja kappale 6 asiakashallinnan lopullisen suunnitelman, eli opinnäytetyön tulokset. Työ on toiminnallinen opinnäytetyö, jossa menetelmänä on käytetty teorian tietoa ja toimeksiantajan tarpeita yhdistelevää vetoketjutekniikkaa. Sisältö on siis tuotettu yhdistellen painetuista lähteistä sekä internetistä löydettyä teorian tietoa toimeksiantajan näkemyksiin, joista on opinnäytetyön edetessä keskusteltu säännöllisesti toimeksiantajan kanssa käydyissä palavereissa (LIITE 1). Teoriapohjaa ja suunnitelmaa tuotettaessa painoarvo on ollut toimeksiantajan mielipiteillä. Tällä tavoin tietoperustan laajuus on pystytty pitämään työn rajauksen mukaisena ja toimeksiantajan tarpeisiin keskittyvänä.

On vielä epäselvää kuinka laaja ohjelmiston käyttäjäkunta tulee olemaan. Tällä hetkellä toimijoiden keskuudessa laajassa käytössä on ominaisuuksiltaan lähes vastaava selainpohjainen KIVI Kiinteistönvälitysjärjestelmä. Mikäli Kiinto-ohjelmisto yleistyy, tulee siitä KIVI Kiinteistönvälitysjärjestelmän kilpailija.

Isojen välitysketjujen kasvun vuoksi kilpailu kiinteistönvälitysalalla on tiukentunut. Ala on myös lähitulevaisuudessa kohtaamassa suuren murroksen, sillä alalle kehitellään parhaillaan omaa korkeakoulututkintoa. Tutkinto mahdollistaa LKV- ja LKE-pätevyydet, joita tullaan tulevaisuudessa vaatimaan kaikilta alalle pyrkiviltä uusilta toimijoilta. Tällä hetkellä alalla ainut virallinen nimike on LKV, eli laillistettu kiinteistönvälittäjä. Uusi nimike LKE taas tarkoittaa laillistettua kiinteistöesittelijää. Uudet vaatimukset lisäävät alan toimijoiden luotettavuutta sekä koko alan ammattitasoa. (Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto ry, 2010.)

2 TOIMEKSIANTAJA

Opinnäytetyön toimeksiantajana on kiinteistönvälitysalan yritys Kiinteistöpointti Oy LKV, mutta itse järjestelmän sisällöstä kokonaisuutena päättää viimekädessä alan toimialaliitto Suomen kiinteistönvälittäjäliitto ry. Tarve uudelle ohjelmistolle on lähtöisin Suomen kiinteistönvälittäjäliitto ry:stä, mutta Kiinteistöpointti Oy LKV toimii liiton edustajana ohjelmiston suunnittelutoimissa.

Kiinteistöpointti Oy LKV

Kiinteistöpointti Oy LKV on vuonna 1990 perustettu kiinteistönvälitysliike, joka työllistää tällä hetkellä kuusi työntekijää. Yrityksen toimitusjohtajana toimii laillistettu kiinteistönvälittäjä Ilkka Luukkala. Yritys kuuluu Suomen kiinteistönvälittäjäliittoon, mikä mahdollistaa laajan valtakunnallisen yhteistyöverkoston. (Kiinteistöpointti Oy LKV, 2009, 2.) Yritys on keskittynyt kiinteistönvälitykseen, jolloin välitettävät kohteet ovat pääasiassa myytäviä asunto-osakkeita ja kiinteistöjä. Yrityksen toimitilat sijaitsevat Turun keskustassa osoitteessa Yliopistonkatu 26. Kiinteistöpointti Oy LKV kuuluu Asuntolisting-ketjuun, jonka internetsivuille on koottu kaikkien ketjuun kuuluvien välitysliikkeiden kohteet.

Suomen kiinteistönvälittäjäliitto ry

Kiinteistönvälitysalan Keskusliittoon (KVKL) kuuluva Suomen Kiinteistönvälittäjäliitto ry (SKVL) on vuonna 1946 perustettu kiinteistönvälitysalan toimialaliitto, jonka jäsenkunta koostuu tällä hetkellä noin 400 kiinteistönvälitys- ja vuokravälitysyrityksestä. Kaiken kaikkiaan liitto edustaa noin tuhatta välitystyötä tekevää henkilöä. KVKL toimii alan yhteiskunnallisena vaikuttajana sekä etu- ja kattojärjestönä Suomessa. (Suomen kiinteistönvälittäjäliitto Ry, 2009, 1.)

SKVL:n toimipaikka sijaitsee Helsingissä ja liiton toimitusjohtajana on vuodesta 2008 alkaen toiminut Jaana Anttila-Kangas. SKVL valvoo jäsenyrityksiään ja edellyttää heiltä välityslainsäädännön ja hyvän välitystavan noudattamista.

Mahdolliset jäsenyryksistä tehtävät valitukset kuluttaja voi osoittaa suoraan SKVL:lle. Liitto valvoo ja edistää myös jäsentensä yhteistä etua sekä kehittää kiinteistön- ja vuokravälitysalan yleisiä edellytyksiä tavoitteenaan lisätä alalla toimivien henkilöiden ammattitaitoa. (Suomen Kiinteistönvälittäjäliitto ry, hakupäivä 10.11.2010.)

Lisäksi liitto on mukana toimittamassa alaan liittyvää kirjallisuutta, josta esimerkkinä voidaan mainita tässä opinnäytetyössä yhtenä lähteenä käytetty teos Kiinteistönvälittäjän käsikirja, jonka uusittu painos on ilmestynyt elokuussa 2010. Liiton kautta saa myös tietoa alan koulutuksesta sekä alan tietämystä ja pätevyyttä mittaavista kokeista, jotka ovat ammattinimikkeiden käytön kannalta välttämättömiä. (Suomen Kiinteistönvälittäjäliitto ry, hakupäivä 10.11.2010.)

Toimiala

Kiinteistönvälitysalan Keskusliiton Internetsivuilla kesäkuun 2010 lopulla julkaistussa artikkelissa kerrotaan kiinteistönvälitysalan liikevaihdon kehityksestä. Artikkelin mukaan liikevaihto on vuoden 2010 ensimmäisellä neljänneksellä ollut 22,3 prosenttia suurempi verrattuna vuoden 2009 vastaavaan aikaan. Artikkelissa Kiinteistönvälitysalan Keskusliiton toimitusjohtaja Jukka Malila kertoo lukemien kääntyneen rajuun laskuun vuoden 2008 kolmannella neljänneksellä maailmantalouden kohtaaman kriisin vuoksi, mutta olevan nyt matkalla parempaan suuntaan. (Hirvikorpi, H. 2010, hakupäivä 20.10.2010.)

Internetin merkitys on alalla hyvin suuri, harva asuntoa etsivä nykypäivänä kysyy kohdetta suoraan toimistosta, vaan tietoa etsitään mieluummin Internetistä kotoa käsin. Henkilökohtainen asiointi välittäjän kanssa kuuluu kuitenkin edelleen vahvasti alan käytäntöihin. (Työ- ja elinkeinotoimisto. 2008. Hakupäivä 22.11.2010.) Kiinteistökauppoja tehtäessä prosessi on pitkä ja joskus jopa monimutkainen. Kyse on useimmiten ”elämän tärkeimmistä kaupoista”, jolloin osapuolten välillä täytyy vallita luottamus. Luottamuksen saavuttamiseksi kasvokkain hoidettavat tapaamiset ovat hyvin tärkeitä.

Suunnitellun koulutusohjelman toteutuminen kehittää alaa tuomalla sille lisää uskottavuutta ja luotettavuutta sekä vähentämällä epäpätevyyksistä aiheutuvien virheiden mahdollisuutta. Koulutusohjelman tarpeellisuus korostuu myös lainsäädännön jatkuvan uudistumisen myötä. Alalla toimimiseen tarvitaan entistä enemmän tietoa ja osaamista jo pelkän kilpailutilanteenkin vuoksi. Kilpailu nostaa asiakkaiden vaatimustasoa, jolloin välittäjän kokemus ja asiantuntemus nousevat välityслиikettä valittaessa tärkeiksi arvoiksi. Perusideana on, että jatkossa Suomessa toimivan välittäjän tulee olla kouluttautunut kyseisen ohjelman kautta. Tavoitteena on myös nostaa alan koulutuksen taso vastaamaan kansainvälisiä vaatimuksia. Tällä hetkellä koulutusta on saatavissa erilaisissa koulutuskeskuksissa. Näistä esimerkkeinä mainittakoon Kiinteistöalan koulutussäätiö ja Kiinteistöalan koulutuskeskus Kiinko, Markkinointi-instituutti sekä välityслиikekohtaiset omalle henkilökunnalle suunnatut koulutukset. (Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto ry, 2010. Hakupäivä 11.11.2010.)

Vuoden 2010 maaliskuussa alalla on toiminut 1202 yritystä. Alan kilpailu on vuosien saatossa koventunut huomattavasti. Kiinteistönvälitysalan Keskusliiton toimitusjohtaja Jukka Malilan mukaan kilpailun kiristymiseen on vaikuttanut ennen kaikkea lähivuosina vallinnut laskusuhdanne. Malilan mukaan tulevaisuudessa lisääntyvä kansainvälistyminen hankaloittaa alan kilpailutilannetta, vaikka se tuokin samalla myös uusia mahdollisuuksia. Kireä kilpailutilanne johtaa isojen toimistojen kasvuun ja pienten aseman heikkenemiseen. (Malila, J. 2008, hakupäivä 19.10.2010.) Kiinteistönvälitysalan Keskusliiton tutkimuksen mukaan tulevaisuudessa alan yritysten ketjuuntumisen odotetaan lisääntyvän, mikä myös omalta osaltaan ajaa pieniä toimistoja ahtaalle. (Hirvikorpi, H. 2010, hakupäivä 20.10.2010.) Ketjuun kuulumisen tuo yritykselle automaattisesti paljon etuja, kuten lisää näkyvyyttä ja laajemman asiakaskunnan. Ketjuun kuulumaton yritys taas jää ilman näitä etuja ja jää siten helposti suurten ketjujen jalkoihin.

Kiinteistönvälitysalan Keskusliiton (KVKL) vuonna 2007 julkaisema tutkimus selvittää asunnon ostamiseen ja myymiseen liittyviä prosesseja sekä välittäjän

tai välitysliikkeen valintaan vaikuttavia tekijöitä. Tutkimuksen kohderyhmänä ovat olleet hiljattain asunnon ostaneet suomalaiset, joista otos oli 850. Tutkimuksen toteutti TNS Gallup joulukuussa 2007. (Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto, 2007. Hakupäivä 11.11.2010.)

Tutkimuksen mukaan noin 88% asunnon ostajista suosittelisi välittäjää, jolta joko osti uuden asuntonsa tai joka myi heidän vanhan asuntonsa. Tietoa välittäjistä haetaan useimmiten Internetistä. Viime kädessä valintaan vaikuttavat välityspalkkion suuruus sekä omat tai tuttavien kokemukset välittäjästä. Internetin käyttö on myös suosituin tietolähde etsittäessä tietoa asunnonmyynnin suunnitteluvaiheessa. (Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto, 2007. Hakupäivä 11.11.2010.)

3 KIINTEISTÖNVÄLITYSALAN PÄÄPIIRTEET

Tässä osiossa kerrotaan alan perustehtävistä sekä toimintaa ohjaavista useista lakisäädöksistä, velvollisuuksista, vastuista ja rajoitteista. Yhteenvetona kiinteistönvälitys voidaan määritellä tarjonnan ja kysynnän mahdollistamaksi palveluksi, jonka avulla myyjä, ostaja ja tuote saadaan kohtaamaan. Kaupan syntymisen tärkeimpänä edellytyksenä on löytää olosuhteet, joihin kaikki osapuolet ovat tyytyväisiä.

3.1 Kiinteistönvälitystoiminta

Kiinteistönvälitysliike on taho, joka pääpalvelunaan taloudellista hyötyä saavuttaakseen saattaa yhteen myyjä- ja ostajaosapuolen luodakseen sopimuksen myytävän kohteen kaupasta. Kiinteistökaupassa välitysliikkeen tehtävänä on joko löytää kohteelle ostaja tai myyjä, molemmissa tapauksissa välitysliikkeen kanssa tehdään toimeksiantosopimus. Jos etsitään ostajaa, kyseessä on myyntitoimeksianto, kohdetta etsittäessä vastaava sopimus on ostotoimeksianto. (Kasso, M. 2005, 586-588.)

Ennen myyntitoimeksiantosopimuksen laatimista tulee sekä myyjän, että myytävän kohteen tiedot selvittää. Myyjää koskevilla tiedoilla tarkoitetaan lähinnä henkilöllisyyden varmentamista. Kohdetta koskevat tiedot ovat myyntioikeuden selvittäminen sekä kohteeseen liittyvät asiakirjat, jotka tulee esittää myös ostajalle ennen kaupan syntymistä. Toimeksiantosopimuksen laatimisen jälkeen välitysliikkeen tulee ryhtyä viivyttlemättä etsimään kohteelle ostajaa. Kun kohteesta vastaanotetaan hyväksyttävä ostotarjous, syntyy kauppa. Syntyneen kaupan, eli välitysliikkeeltä ostetun palvelun, tuloksena välitysliike on oikeutettu toimeksiantosopimuksessa määriteltyyn välityspalkkioon. (Nevala, T. ym. 2010, 28.)

3.2 Kiinteistönvälittäjän tehtävät

Välittäjänä toimivan täytyy hallita tietoa usealta eri liiketoiminnan osa-alueelta. Välittäjän tulee tuntea alaa säätelevä jatkuvasti uudistuva lainsäädäntö sekä olla myynti- ja asiakaspalvelutaitoinen. Liiketoiminnan jatkuvuuden kannalta välittäjän on tärkeää antaa itsestään hyvä kuva saadakseen uusia kohteita myyntiin esimerkiksi välitetyn kohteen kautta. Välityslain 7 §:n mukaan välitystehtävä on hoidettava ammattitaitoisesti, huolellisesti ja hyvää välitystapaa noudattaen. Kiinteistönvälittäjän tehtävänä on toimia puolueettomana ja oikeudenmukaisena asiantuntijana toimeksiantajan ja ostajan välillä molempien osapuolien edut huomioon ottaen. Välittäjän tehtävänä on tarjota toimeksiantajalle joko myynti- tai ostotoimeksiannossa hinnaltaan ja sisällöltään sovitun mukainen palvelu. Tarkemmin sanottuna tällä tarkoitetaan käytännössä joko sopivan myyjän tai sopivan kohteen löytymistä asiakkaan tarpeen mukaisesti. (Kasso, M. 2005, 591.)

Välityslain mukaan välitysliikkeellä on kaupan osapuolia kohtaan tiedonanto- ja selonottovelvollisuus. Velvollisuudet koskevat kaikkea tietoa, mikä liittyy tai vaikuttaa kohteeseen tai kauppaan. (Kasso, M. 2005, 591.) Välittäjän velvollisuuksiin kuuluu myös selvittää, onko toimeksiantajalla oikeus myydä kohde. Välittäjällä on tiedonanto- ja selonottovelvollisuuden lisäksi ns. huolellisuusvelvollisuus. Huolellisuusvelvollisuuden mukaan välittäjän tulee esimerkiksi aina ennen toimeksiantosopimuksen laatimista tunnistaa asiakkaan henkilöllisyys hyväksytyn henkilöllisyystodistuksen avulla. Käytännössä huolellisuusvelvollisuudella tarkoitetaan sitä, että välittäjän tulee ennen sopimuksen laatimista selvittää mahdolliset kauppvoja estävät seikat ja näin ollen välttää niistä seuraavat erimielisyydet ja ristiriidat. (KVKL. Ohje hyvästä välitystavasta, 11-13.)

Kiinteistönvälitysalalla markkinointi on erittäin tärkeässä asemassa. Yksi syy antaa kohde välitettäväksi liikkeelle on näkyvyys jonka liike pystyy kohteelle tarjoamaan. Välityspalkkiossa palvelun ostaja maksaa myös markkinoinnista, jota kohteen myyjä ei pystyisi itse järjestämään. Se, että kohde on välitettävänä yrityksessä, alentaa ostajan kynnystä tehdä ostopäätös, sillä yrityksen läsnäolo

tuo luotettavuutta. Jokainen alan toimija tai yritys hoitaa markkinoinnin hyväksi havaitsemallaan tavalla. Yleisesti ottaen alan markkinointi hoidetaan sanomalehdissä, Internetissä ja välitysliikkeen toimitilan yhteydessä. Internetin suosio alan markkinointikanavana on suuri. Hallitsevassa asemassa ovat sivut, joille on koottu useiden eri välittäjien kohteet, jolloin kohteiden selaus on vaivatonta. Mahdolliset esittelyajankohdat ja välittäjän yhteystiedot ovat yleensä helposti löydettävissä. Järjestettävät kohde-esittelyt ovat markkinoinnin seuraava askel. Jos esittely houkuttelee paikalle paljon mahdollisia ostajia, on kohteella suurempi mahdollisuus mennä kaupaksi. Esittelyt voivat olla joko yksityisiä tai yleisiä, riippuen siitä haluaako mahdollinen ostaja tutustua kohteeseen rauhassa vai osallistuuko hän yleiseen esittelyyn. Kiinteistöpointti Oy LKV kuuluu Asuntolisting-ketjuun, minkä vuoksi myytävät kohteet ovat näkyvillä Asuntolisting-sivustolla osoitteessa www.listing.fi. Yrityksessä on käytetty myös toimipaikkamainontaa toimiston ulkopuolella. (Kiinteistöpointti Oy LKV, 2010.) Välitysalalla markkinointia ohjaavat kuluttajansuojalain säädösten lisäksi sekä välityslaki että asuntomarkkinointiasetus. Pääasiassa nämä tahot ovat keskittyneet tiedonantoon, joka voidaankin jakaa kahteen eri osaan: markkinointiin ja ostoneuvotteluvaiheeseen. (Nevala, T. ym. 2010, 80-81).

Yksi alan toimijoiden asiantuntijapalveluista on ammattimainen näkemys välitettävän kohteen hinnasta. Kuluttajalla on varmasti hinnan suhteen oma mielikuvansa, mutta ammattilaisen arvioon pitäisi pystyä luottamaan. Hinnoittelun helpottamiseksi voidaan käyttää konsultointia, jolloin kohteesta tehdään asiantuntija-arvio antamaan suuntaa hinnoittelulle. Hinnoitteluun vaikuttavat kohteen koko, sijainti ja kunto. Hyvän välitysliikkeen ohjeen mukaan hinta-arvion tulee olla realistinen ja vastata sitä rahamäärää, mikä kohteen myynnistä on todellisuudessa mahdollista saada (KVKL. Ohje hyvästä välitystavasta, 12).

Välitysliikkeet veloittavat palveluistaan välityspalkkion. Välityspalkkio on useimmiten tietty prosenttiosuus kohteen myyntisummasta. Välityspalvelun, kuten minkä tahansa palvelun, hinnan täytyy olla näkyvissä palvelun kaikessa markkinoinnissa. Välityspalvelun hintaa ei tarvitse ilmoittaa, jos markkinoidaan pelkästään liikkeen kautta ostajille myytäviä kohteita, sillä välityspalkkio

veloitetaan kaupan toimeksiantajalta. Yleensä välityspalkkion määrän lisäksi ilmoitetaan minimipalkkion summa. Esimerkiksi: ”välityspalkkio 4,5%, minimi 3000€”. (Nevala, T. ym. 2010, 47.)

3.3 Kaupan osapuolet

Kiinteistökaupassa, kuten muissakin kaupankäyntitilanteissa, osapuolina ovat ostaja ja myyjä. Kun kiinteistönvälityspalvelua käytetään hyväksi kohdetta myytäessä, myyjästä tulee palvelun ostajana kaupan toimeksiantaja. Näin kiinteistönvälittäjä toimii myyjän palveluksessa etsien myyjän kohteelle ostajaa. Välittäjä huolehtii käytännön asioista, kuten kohteen markkinoinnista, tarjousten vastaanottamisesta ja sopimusten laatimisesta. (Kasso, M. 2005, 588.)

Myös ostaja voi käyttää hyväkseen välittäjän palveluita etsiessään ostettavaa kohdetta, tekemällä välittäjän kanssa ostotoimeksiantosopimuksen. Kauppa voi syntyä myös ilman välitysliikkeen palvelua, jolloin ostaja ja myyjä ovat useimmiten tuttuja tai löytäneet toisensa esimerkiksi lehti-ilmoittelun tuloksena. Myynti itsenäisesti ilman tiedossa olevia ostajia koetaan kuitenkin haastavaksi, minkä vuoksi välitysliikkeiden palveluita tarvitaan. (Kasso 2005, 588.) Kiinteistö- ja asuntokaupassa myyjä- ja ostajaosapuolena on useimmiten yksityinen henkilö, yhteisö tai yritys. Myyjänä voi toimia myös kuolinpesä. (Luukkala, I. 22.11.2010.)

Kiinteistönvälitysalalla kaupankäynnin kohteena on joko asunto-osake tai kiinteistö. Asunto-osakkeen omistajalla on oikeus hallita tiettyä huoneistoa asunto-osakeyhtiössä. Asunto-osakeyhtiö omistaa rakennuksen tai rakennuksia, joiden yhteenlasketusta lattiapinta-alasta yli puolet ovat osakkeenomistajien hallinnassa olevia asuinhuoneistoja. (Kasso, M. 119). Kiinteistöä myytäessä kyseessä on rakennettu tai rakentamaton maa-alue tai sen osa, johon voi kuulua myös vesialueita. Kiinteistöistä on saatavilla julkisia rekisteritietoja, joista selviävät kiinteistön omistusoikeus, kiinnitykset ja rasitteet. (Kasso, M. 2006, 176.) Uusi myytävä kohde luo välittäjälle aina mahdollisuuden uusiin asiakassuhteisiin joko järjestettävien näyttöjen kautta tai siten, että

sopivan ostajan löytyessä välittäjä saa uudeksi myyntikohteekseen ostajan senhetkisen asunnon.

3.4 Asiakirjat

Asunnon tai kiinteistön kauppaa varten on olemassa useita asiakirjoja, jotka koskevat palvelun hinnoittelua ja sisältöä sekä myytävän kohteen tietoja. Ostettaessa välitysliikkeen palveluita, liikkeen kanssa laaditaan toimeksiantosopimus, jossa sovitaan palvelun ostajan ja välitysliikkeen välisistä käytännön asioista. Toimeksiantosopimuksessa sovitusta poikkeaminen luetaan sopimusrikkomukseksi, mistä seurauksena on useimmiten vahingonkorvausvelvollisuus. (Nevala, T. ym. 2010, 54-55.)

Tilanteessa, jossa kauppa on syntymässä välitysliikkeen kautta, on välitysliikkeen selonotto- ja tiedonantovelvollisuuden nojalla esitettävä ostajalle kohdetta koskevat asiakirjat ja selvitykset. Välitysliikkeen on saatettava osapuolten tietoon kaikki seikat, joilla voi katsoa olevan kaupan kannalta merkitystä, tai jotka muuten vaikuttavat kohteen käyttöön tai omistusoikeuteen. (Kasso, M. 2005, 604.)

Toimeksiantosopimus

Toimeksiantosopimus on välitysliikkeen ja palvelun tilaajan välinen sopimus. Toimeksiantosopimusta ohjaa välityslaki tilanteessa, jossa välitettävänä on kiinteistö tai sen osa, joka ei liity toimeksiantajan elinkeinotoimintaan. Toimeksiantosopimus tehdään kirjallisesti tai sähköisesti, eikä sopimusehtoja voida muuttaa sopimatta siitä. Toimeksiantosopimuksessa on mainittava:

1. toimeksiantajan nimi ja osoite;
2. välitysliikkeen toiminimi, osoite ja asiaa hoitavan henkilön nimi;
3. toimeksiannon sisältö sekä toimeksiannon suorituksesta maksettava korvaus;
4. toimeksiannon vastaanottopäivä ja voimassaoloaika.

Välitysalalla on käytössä kuluttaja-asiamiehen tarkastamat ja hyväksymät toimeksiantosopimuslomakkeet. Sopimusta tehtäessä on pyrittävä varmistumaan siitä, että toimeksiantaja ymmärtää mihin on sitoutumassa. (Nevala, T. ym. 2010, 54-55.) Toimeksiantosopimus voi olla voimassa joko tietyn sovitun määräajan tai vaihtoehtoisesti sen voidaan sopia olevan voimassa toistaiseksi, jolloin sopimuksen päättäminen edellyttää irtisanomista. Tällöin sopimus voi olla voimassa esimerkiksi kuukauden kerrallaan ja irtisanominen täytyy tehdä kymmenen päivää ennen sopimuksen päättymistä, muussa tapauksessa sopimus on voimassa taas kuukauden eteenpäin. Molemmissa tapauksissa toimeksiantosopimus voi lain mukaan olla kerrallaan voimassa enintään neljä kuukautta. (KVKL. Ohje hyvästä välitystavasta, 8.)

Toimeksiantosopimus on voimassa sovitun ajan, eikä sen perusteeton irtisanominen ole sallittua. Toimeksiantaja saa kuitenkin irtisanoa sopimuksen tietyissä tilanteissa kesken sopimuskauden. Esimerkiksi toimeksiantajan sairastuminen, hänen lähiomaisensa sairaus tai kuolema tai muu odottamaton toimeksiantajaan vaikuttava tekijä voi oikeuttaa toimeksiantajan purkamaan sopimuksen. Sopimuksen purkaminen ilman perusteita lasketaan sopimusrikkomukseksi, josta seurauksena on vahingonkorvausvelvollisuus. Sama sääntö pätee myös välitysliikkeeseen: toimeksiantosopimuksen purkaminen ilman perusteita luetaan sopimusrikkomukseksi. Välitysliike saa kuitenkin purkaa sopimuksen esimerkiksi tilanteessa, jossa toimeksiantaja olennaisesti rikkoo toimeksiantosopimuksessa määritellyjä seikkoja. (KVKL. Ohje hyvästä välitystavasta, 9.)

Asiakirjat kaupantekovaiheessa

Kiinteistöä myytäessä on ostajalle esitettävä kohteen lainhuutotodistus, kiinteistörekisterin ote tai tuloste kiinteistötietojärjestelmästä sekä rasiustodistus. Lainhuutotodistuksesta selviää kiinteistön omistaja tai myyjän omistusoikeus. Kiinteistörekisterin otteesta tai kiinteistötietojärjestelmästä otetusta tulosteesta selviävät kiinteistön tiedot kuten pinta-ala ja kiinteistötunnus. Rasiustodistuksesta selviävät kiinteistöön merkityt kiinnitykset rahamäärineen. Rasiustodistus osoittaa, millaisiin taloudellisiin tai oikeudellisiin

vastuisiin kiinteistö on kytketty. (Maanmittauslaitos. Hakupäivä 17.11.2010.) Välitysliike on velvollinen esittämään myös muut mahdolliset omistus- tai hallintaoikeuksiin tai kiinteistön käyttöä koskeviin rajoituksiin liittyvät asiakirjat, mikäli seikat eivät käy ilmi edellä mainituista asiakirjoista. (Kasso, M. 2005, 604.)

Muita välitysliikkeen toimesta hankittavia asiakirjoja ovat mahdolliset suostumuksia koskevat asiakirjat, joista selviää myyjän oikeus myydä kohde. Esimerkiksi, jos välitettävä kohde on pääasiallisesti tarkoitettu käytettäväksi aviopuolisoiden yhteisenä kotina, vaaditaan aviopuolisolta suostumus myyntiä varten. Lisäksi myytävästä kohteesta täytyy hankkia pohjapiirros sekä kartta, josta selviää kohteen sijainti. Lisäksi välitysliikkeen tulee hankkia kaavaote, mikäli kohde on asemakaava-alueella, tai vastaavasti yleiskaava- tai maakuntakaava määräyksineen. Jos kohteeseen liittyy jotain muita sopimuksia tai rajoituksia, välitysliikkeen on hankittava niistä tieto ja kerrottava niistä kaupan osapuolille. (KVKL. Ohje hyvästä välitystavasta, 23-25.) Kaupan varmistuttua kohteen myyjä- ja ostajaosapuoli allekirjoittavat kauppakirjan valtuutetun virallisen kaupanvahvistajan läsnäollessa. Kaupanvahvistaja on yleensä LKV-pätevyyden omaava henkilö. (Luukkala, I. 22.11.2010.)

3.5 Alan lainsäädäntö

Kiinteistönvälitysalaa koskevat yleiset kuluttajan etua valvovat lait, kuten kuluttajansuojalaki. Asianosaisen ollessa yksityishenkilö koskee kuluttajansuojalaki poikkeuksetta sekä ostajaa että toimeksiantajaa kohteen käyttötarkoituksesta riippumatta. Kuluttajansuojalaki ei yleislakina yksin riitä säätelemään alan toimintaa, vaan alaa varten on olemassa välitys- ja välitysliikelait, jotka eivät kuitenkaan poissulje esimerkiksi kuluttajansuojalain säädöksiä. (Finlex. Kuluttajansuojalaki. Hakupäivä 14.11.2010.)

Asuntojen markkinoinnissa annettavista tiedoista sekä koti- ja etämyynnistä on olemassa omat säädöksensä. Kotimyyntiä koskevia säädöksiä sovelletaan välityspalveluihin, kun kyseessä on palvelun tarjoaminen kuluttajalle henkilökohtaisesti toimitilan ulkopuolella. Etämyynti on kyseessä, kun

hyödykettä tarjotaan tai markkinoidaan kuluttajalle jonkin etäviestimen kautta siten, että myös sopimus tehdään osapuolten olematta yhtä aikaa läsnä. (Nevala, T. ym. 2010, 42-45.)

Asuntomarkkinointiasetus määrää ilmoituksissa esille tuotavista asioista sekä kohteen esittelyn yhteydessä esitettävistä asiakirjoista. Välitysliike on lisäksi velvollinen antamaan ostajalle tiedon siitä, mitä tietoja asuntomarkkinointiasetus edellyttää ostajalle annettavan. Välityslaki määrää muun muassa tiedonantovelvollisuudesta sekä asiakirjoista, jotka ostajan on välttämätöntä nähdä. (Nevala, T. ym. 2010, 80-81.)

Välitys- ja välitysliikelaki

Suurin osa alaa koskevista säädöksistä on kirjattuna välitys- ja välitysliikelakiin. Välityslaki säättää pääsääntöisesti välitysliikkeen ja toimeksiantajan välisistä käytännöistä kuten toimeksiantosopimuksesta sekä toimeksiantajaan ja toimeksiantajan vastapuoleen kohdistuvasta tiedonantovelvollisuudesta. Välitysliikelaki on keskittynyt välitysliikkeen toimintaan yleisesti esimerkiksi liittyen hyvän välitystavan noudattamiseen sekä tiedonanto- ja selonottovelvollisuuteen. (Nevala, T. ym. 2010, 51-52.)

Välitysliikelaisissa on määritelty muutamia muita välitysliikettä koskevia velvollisuuksia. Esimerkkeinä näistä voidaan mainita velvollisuus valvoa hyvän välitystavan noudattamista ja muuta lainmukaisuutta. Lisäksi välitysliikkeen tulee vastata siitä että kussakin toimipaikassa on LKV-pätevyyden omaava henkilö sekä huolehtia välitystehtäviä hoitavien henkilöiden pätevyydestä yleensä. LKV-nimike tarkoittaa laillistettua kiinteistönvälittäjää. Nimike myönnetään henkilölle, joka on suorittanut ja läpäissyt LKV-kokeen, ja jolla siten on lain mukaan oikeus käyttää nimikettä kiinteistönvälittäjä. (Nevala, T. ym. 2010, 150.) LKV-nimikkeen käyttöoikeuteen vaaditaan läpäisty LKV-koe. LKV-kokeen järjestää keskuskauppakamarin nimeämä välittäjälautakunta. Koe järjestetään vähintään kaksi kertaa vuodessa. (Keskuskauppakamari, tutkinnot ja kokeet. Hakupäivä 16.11.2010.)

Hyvä välitystapa

Välitysliikelaki ja välityslaki edellyttävät välitysliikkeen noudattavan toiminnassaan hyvää välitystapaa, jonka perusteisiin kuuluvat muun muassa välitystoiminnan luotettavuus, avoimuus, tunnollisuus ja lojaalius. Hyvä välitystapa on alati muuttuva sääntö, johon vaikuttavat tuomioistuinten päätökset, kuluttajariitalautakunnan suositukset, viranomaiset sekä alan vakiintunut käytäntö ja uudet menettelytavat. Tässä opinnäytetyössäkin lähteenä käytetyn Hyvän välitystavan ohjeen julkaisijana on Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto ry. Ohje opastaa välittäjää toimimaan työssään oikein ja välttämään mahdolliset virheet. (Nevala, T. ym. 2010, 50).

Tarkemmin sanottuna ohje hyvästä välitystavasta sisältää mm. kuluttajansuojalain säädöksiä koskien markkinointia, otteita välityslaista liittyen toimeksiantosopimukseen ja välitystehtävien hoitamiseen, sääntöjä osapuolten etujen valvomisesta, kaupanteosta, rahanpesun estämisestä ja salassapitovelvollisuudesta. Hyvässä välitystavassa on kerrottu tilannekohtaiset ohjeet välittäjän toiminnan ohjenuoraksi. Hyvän välitystavan ohjeet kiteyttävät alan perussäännöt ja turvaavat sekä ostajaa että myyjää. Vuokravälitystä varten on myös laadittu oma ohjeisto, joka kantaa nimeä Ohje hyvästä vuokravälitystavasta. Molemmat ohjeet ovat löydettävissä internetistä. Välitysliikkeitä varten Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto ry toimittaa ohjeet myös kirjallisina. (Hyvä välitystapa, hakupäivä 19.10.10.)

3.6 Välitysliikkeen vastuu

Yleisellä tasolla välitysliikkeen velvollisuuksiin kuuluvat selonottovelvollisuus ja tiedonantovelvollisuus (Kasso, M. 2006, 605). Välityslain mukaan vastuu välitystoiminnasta kuuluu pääasiassa välitysliikkeelle, mutta myös vastaava hoitaja, eli kohteen välityksestä vastannut työntekijä, voi joutua henkilökohtaiseen vahingonkorvausvastuuseen virheen johdosta. Tämä kuitenkin edellyttää, että vahinko on selkeästi aiheutunut hänen toiminnastaan. (Nevala, T. ym. 2010, 143.) Kaupan jälkeen vastuu on pääasiassa myyjällä, mutta välittäjä vastaa sopimuksen virheestä tai puutteellisesta tiedonannosta aiheutuneista vahingoista tai erimielisyyksistä. Välittäjä on vastuussa

antaessaan esimerkiksi väärää tietoa tilanteessa, jossa hänellä olisi pitänyt olla oikeanlaista tietoa selonottovelvollisuutensa nojalla. Välittäjä laatii asiakirjat ja sopimukset ammattinimikkeen edellyttämällä tavalla, ja on siten myös vastuussa niiden oikeellisuudesta. (Luukkala, I. 15.11.2010.)

4 ASIAKASHALLINTA KIINTEISTÖNVÄLITYSALALLA

Asiakashallinta on moniulotteinen tiedonkäsittelyprosessi, jonka avulla yritys syventää ymmärrystään siitä kuinka asiakkaiden suhteen tulee menetellä ja mitkä heidän tarpeensa ovat. Asiakashallinta on tärkeä osa yrityksen strategiaa, ja sen toiminnan peruste on oikeanlainen tiedonhallinta. Tiedonhallinta sisältää tiedon keräämisen, jäsentämisen, jalostamisen ja hyödyntämisen. (Ala-Mutka, J. & Talvela, T. 2004, 24.)

Toimeksiantajaorganisaatio edellyttää uuden asiakashallintajärjestelmänsä muun muassa nopeuttavan ja helpottavan haluttujen asiakasryhmien tavoittamista myyntitarkoituksissa. Segmentointi on yksi asiakashallinnan tärkeä osa, jonka voidaan nähdä liittyvän myös toimeksiantajaorganisaation asiakashallintaan, sillä asiakkaat voidaan välittömästi jakaa ryhmiin sen mukaan onko kyseessä osto- vai myyntitoimeksianto. On kuitenkin melko yleistä, että sama asiakas kuuluu molempiin ryhmiin, jolloin onkin käytännöllisempää segmentoida asiakkaat heidän päätarpeidensa mukaan. (Luukkala, I. 15.11.2010.)

Kilpailun ja tarjonnan kasvaessa yritykset joutuvat pohtimaan tarkoin millä tavoin heidän tuotteensa pystytään differoimaan, eli erilaistamaan kilpailevista tuotteista. Pölläsen (1999, 23.) mukaan avain on tiedonhallinnassa. Yritykset, jotka osaavat hyödyntää asiakkaista saatavaa informaatiota kehittäessään yritystään, toimintaansa tai tuotteitaan, ovat vahvoilla kilpailun kiristyyessä. Tulevaisuuden valtti ei ole tuotteiden erilaisuus, vaan yrityksen erilaisuus tavassa hoitaa asiakassuhteita. (Pöllänen, J. 1999, 26.)

Asiakashallinnan tärkeys korostuu tilanteessa, jossa tieto on saavuttamattomissa, koska sitä ei ole tallennettu. Esimerkiksi kun asiakasta palvellut työntekijä vaihtuu. Asiakaspalvelun laatu on vaarassa heiketä, kun uusi henkilö ei tunne asiakasta eikä pääse näkemään asiakashistoriaa. (Ala-Mutka, J. & Talvela, E. 2004, 208.)

Kiinteistönvälitysalalla erilaistuminen voi nykypäivänä olla haastavaa erityisesti koventuneen kilpailutilanteen vuoksi. Vaikuttavia tekijöitä ovat ennen kaikkea ammattitaito, tehokkuus, luotettavuus ja asiakassuhteiden hoitaminen. Hyvän asiakassuhteen avulla yritys saa todennäköisesti kasvatettua asiakaskuntaansa suositusten myötä. Luukkalan (15.11.2010) mukaan asiakassuhteiden säilyttämisen salaisuus on jälkimarkkinoinnissa.

4.1 Toimeksiantajan asiakashallinnan nykytaso

Asiakashallinnan nykytasoa tarkastellaan sekä Suomen kiinteistönvälittäjäliiton että Kiinteistöpointti Oy LKV:n käytäntöjen perusteella, käytännöt on määritelty kahdessa erillisessä laatukäsikirjassa. Suomen kiinteistönvälittäjäliitto ry on julkaissut SKVL ry:n A-laatukäsikirja –nimisen ohjeistuksen, jonka perusteella liittoon kuuluvien yritysten edellytetään toimivan. Laatukäsikirja perustuu Euroopan Laatupalkintokriteereihin ja sitä pidetään pysyvänä lähtökohtana yrityskohtaista laatujärjestelmää luotaessa. (Suomen kiinteistönvälittäjäliitto Ry, 2009, 8.)

Liittoon kuuluvat toimijat laativat käsikirjan pohjalta oman laatukäsikirjansa, joka nimetään vastaavalla tavalla B-laatukäsikirjaksi ja josta toimitetaan kopio liitolle. Laatukäsikirjoissa on määritelty yritysten perustoimintaa ohjaavat seikat. Laatukäsikirja toimii näin myös eräänlaisena suppeana liiketoimintasuunnitelmana. Laatukäsikirjassa on määritelty muun muassa asiakkuuksia koskevia käytäntöjä. (Kiinteistöpointti Oy LKV, 2009.)

Kuuluessaan Suomen kiinteistönvälittäjäliittoon Kiinteistöpointti Oy LKV lukeutuu SKVL:n laatuyrityksiin. A-laatukäsikirjan mukaan näiden yritysten asiakkaita ovat yksityishenkilöt, yritykset ja yhteisöt, jotka tarvitsevat välitystoimintaan liittyviä palveluja. Asiakassuhteiden hallinnassa tärkeimpänä asiana pidetään henkilökohtaista palvelua ja yhteydenpitoa. Asiakkaat on huomioitava kokonaisvaltaisesti ja heidän on saatava mahdollisimman paljon tietoa asiakassuhteen aikana. SKVL on luonut yritysten käyttöön palautelomakkeen tyytyväisyyden kartoittamista varten. Lomakkeen saavat käyttöönsä kaikki B-laatukäsikirjan laatineet yritykset. Nämä yritykset myös

vastaavat omien asiakassuhteidensa jälkihoidosta laatimansa B-laatukäsikirjan mukaisesti. Asiakastyytyväisyyttä pyritään parantamaan järjestelmällisellä laadun tarkkailulla, toiminnan kehittämisellä ja toimijoiden ammattitaidon parantamisella. (Suomen kiinteistönvälittäjäliitto Ry, 2009, 8-9.)

Kiinteistöpointti Oy LKV kerää myöhemmin hyödynnettävää tietoa esimerkiksi asuntonäyttöihin osallistuneilta potentiaalisilta asiakkailta. Tällaisia tietoja ovat lähinnä yhteystiedot ja tarpeet. Näin tehtäessä jollekin toiselle kohteelle saatetaan löytää ostaja nopeammin. Tällä hetkellä yritys käyttää tietojärjestelminään kiinteistönvälitysohjelmaa, internetiä ja intranetiä. (Kiinteistöpointti Oy LKV, 2009, 7-8.)

Tällä hetkellä Kiinteistöpointti Oy LKV:llä on kohde- ja asiakashallintaa varten käytössään PDX-Kiinteistönvälitysohjelma. Sovellus sisältää tarvittavat toiminnot, kuten esimerkiksi laskutuksen ja asiakasrekisterin, muttei yrityksen mukaan kykene täyttämään tämän päivän vaatimuksia. Sen käyttö on hyvin hidasta ja esimerkiksi haku asiakastiedoista on mahdollinen vain aakkostuksen kautta. (Luukkala, I. 14.10.2010.)

Yritys painottaa omassa asiakashallinnassaan suhteiden ylläpitoa jälkimarkkinoinnin avulla. Onhan totta, että yksi tyytyväinen asiakas tuo yritykselle uusia asiakkaita, kun sana leviää asiakkaan lähipiirissä. Yritys hoitaa jälkimarkkinointinsa palautekyselyn avulla ja on havainnut sen erittäin hyväksi käytännöksi. Palautekysely hoidetaan useimmiten puhelimitse. Palautetta kysytään sekä myyjältä että ostajalta 2-4 kuukautta kaupan jälkeen. (Luukkala, I. 15.11.2010.)

Luukkalan (15.11.2010) mukaan tällä tavoin hoidetun yhteydenpidon avulla pystytään myös välttämään turhat riidat ja erimielisyydet myyjän ja ostajan välillä. Mahdollisen tyytymättömyytensä voi ilmaista välittäjälle, joka todennäköisesti pystyy neuvomaan asiakasta tilanteessaan. Jälkimarkkinoinnin avulla yrityksestä jää asiakkaan mieleen positiivinen kuva, mikä voi johtaa asiakassuhteen uusiutumiseen tai uusien asiakkuuksien syntymiseen.

4.2 Asiakashallinnan tavoitteet

Asiakashallinnan tavoitteena on kannattavuus huomioon ottaen luoda asiakaspalvelulle sellaista lisäarvoa, jota asiakas arvostaa ja kaipaa asiakaspalvelutilanteelta. Käytännössä asiakkaan huomioiminen tarkoittaa ennen kaikkea asioiden tarkastelua asiakkaan näkökulmasta. Lisäarvon luominen lisää asiakkaan tyytyväisyyttä, mikä taas lisää myyntiä. (Mäntyneva, M. 2003, 11.) Kiinteistökauppoja tehtäessä on tärkeää, että asiakkaalle välittyy tunne, että ohjat ovat hänen omissa käsissään.

Asiakashallinta parantaa yrityksen tietämystä siitä, mitä asiakkaat ostavat ja miksi he ostavat. Yritys voi näin lisätä tietämystään asiakkaiden ostoaikeista ja yrittää ennakoida niitä. Myös markkinoinnin ja myynnin tehokkuus lisääntyvät, kun asiakkaat voidaan segmentoida omiin kohderyhmiinsä. Segmentoinnin tuloksena markkinointitoimet voidaan fokusoida sopiville kohderyhmille. Parhaimmassa tapauksessa asiakkaista saatua tietoa voidaan hyödyntää jo tuotekehitysvaiheessa, kun asiakasryhmien tarpeet ovat tunnistettavissa tai ennakoitavissa. (Mäntyneva, M. 2003, 11.)

Erityisesti Kiinteistöpointti korostaa asiakashallinnassaan jälkimarkkinoinnin tärkeyttä. Toimitusjohtaja Luukkalan (15.11.2010) mukaan asiakassuhteiden ylläpidossa pienet teot ratkaisevat. Hän painottaa jälkimarkkinoinnin olevan ratkaisevassa osassa asiakkuuden jatkuvuuden varmistamisessa ja hyvän yrityskuvan välittymisessä. Tämän vuoksi yksi tulevan asiakashallinta-järjestelmän tärkeä ominaisuus tulee olemaan muutamien jälkimarkkinointia helpottavien toimien. Suunnittelun alla olevan asiakashallinnan tavoitteena on asiakaspalvelun kehittäminen ja nopeuttaminen. Asiakashallinnan kehittämisen tuloksena yritykset säästävät aikaa uusien toimintojen vuoksi. Hakutoiminto helpottaa markkinointia ja kohteiden myyntiä. Tavoitteena on kerätä asiakkaista tietoa liittyen heidän yksittäisiin tarpeisiinsa asumisen suhteen. Tällä tavoin voidaan nopeuttaa prosessia, jonka kautta sopiva kohde ja ostaja saadaan yhdistettyä (Luukkala, I. 15.11.2010.)

Todellinen asiakaslähtöisyys ei siis synny siitä, että tuotteita varten löydetään ostavia asiakkaita, vaan että yhdelle asiakkaalle saadaan myytyä mahdollisimman paljon, mikä on tietenkin seurausta asiakastyytyväisyydestä. Tästä syntyy tuottava ja pitkäaikainen asiakassuhde, josta molemmat osapuolet mitä todennäköisimmin hyötyvät. Pitkäaikaisella asiakassuhteella on myös referenssiarvoa, joka pitemmällä tähtäimellä tuo yritykselle uusia asiakkaita. (Pöllänen, J. 1999, 26.)

Referenssiarvo voi ilmetä kahdella tavalla: joko asiakas tyytyväisyytensä vuoksi suosittelee yritystä omalle lähipiirilleen, tai vaihtoehtoisesti kyseessä oleva asiakas on niin vaikutusvaltainen, että yritys voi käyttää asiakassuhdetta markkinointiargumenttina. Asiakashallinta tukee yritystä myös tuotekehitysprosesseissa, kun asiakkaan tarpeet ovat selvitettävissä. (Pöllänen, J. 1999, 89).

4.3 Asiakastieto

Asiakassuhteet on kyettävä jaottelemaan tai jos mahdollista, näkemään kokonaan toisistaan riippumattomina vuorovaikutussuhteina. Asiakassuhteen arvoa ei voida mitata tai kehittää ilman kattavaa tietomustainen asiakkaasta. Asiakassuhdetta ei myöskään pystytä jaottelemaan ellei muistissa ole tietoa yrityksen ja asiakkaan yhteisestä historiasta, esimerkiksi ostetuista tuotteista tai maksetuista hinnoista. Näin pystytään helpommin määrittelemään kunkin asiakkaan tai asiakasryhmän tarpeet ja toimintamallit. (Storbacka, K. & Lehtinen J. 1997, 145.) Nykyään erilaisten asiakasrekisterien kokoaminen on entistä yleisempää. Asiakastietoja kerätään lähinnä markkinointitarkoituksissa, jolloin merkittävimpiä asiakkaasta kerättäviä tietoja ovat esimerkiksi ikä, sukupuoli ja yhteystiedot.

Erilaisten henkilötietoja sisältävien rekisterien kokoaminen koetaan yleisesti ottaen myös uhaksi. Tämän vuoksi henkilötietojen hallinnasta säädetään muun muassa henkilötietolaissa, joka on henkilötietojen käsittelyn yleislaki. Henkilötietolain säädökset tulee ottaa huomioon aina, kun henkilötiedoista on tarkoitus muodostaa henkilörekisteri tai sen osa. Vuonna 1999 voimaantulleen

henkilötietolain peruseriaatteena on ehkäistä tietotekniikan käyttöön liittyviä tietosuojariskejä. Nykyään tietojenkäsittely hoidetaan entistä enemmän tietoverkkojen avulla. Lain huomioonottaminen on erityisen tärkeää, kun suunnitellaan esimerkiksi sähköistä asiakasrekisteriä. Henkilötietolain ohella muita henkilötietojen käsittelyä rajoittavia säännöksiä ovat laki yksityisyyden suojasta työelämässä sekä laki sähköisen viestinnän tietosuojasta. (Tietosuojavaltuutetun toimisto, hakupäivä 6.5.2011.)

Henkilötietoja käsitellessä on lain kannalta tärkeää määritellä käsittelylle tarkoitus. Määrittelyn kautta voidaan perustella käsittelyn tarkoitukselle merkitykselliset henkilötiedot. Lain mukaan käsittelytarkoituksen kannalta tarpeettomien tietojen kerääminen ei ole sallittua, vaikka siihen olisi rekisteröidyltä saatu lupa. (Tietosuojavaltuutetun toimisto, hakupäivä 6.5.2011.) Ennen kaikkea tämä säädös, tarpeellisuus- ja virheettömyysvaatimus, ohjaa tämän opinnäytetyön aiheena olevan suunnitelman luomista. Suunnitelma luodaan silmälläpitäen toimeksiantajan tarve kerätä asiakkaista tietoja, jotka ilmentävät yksittäisten asiakkaiden tarpeita.

Rekisteriseloste on asiakirja, jota jokaisen rekisterinpitäjän on pidettävä kaikkien saatavilla. Rekisteriselosteesta ilmenee muun muassa rekisterinpitäjän nimi ja yhteystiedot, henkilötietojen käsittelyn tarkoitus sekä seloste tietojen luovuttamisesta ja suojauksesta. (Tietosuojavaltuutetun toimisto, hakupäivä 8.11.2010.)

4.4 Asiakslähtöinen liiketoimintamalli

Asiakslähtöistä liiketoimintamallia kehitettäessä yrityksen koko arvomaailma täytyy asettaa suurennuslasin alle. Asiakslähtöinen liiketoimintamalli ohjaa yrityksen toimintaa asiakasstrategian seurannasta yrityksen toimintamalleihin, liiketoimintaprosesseihin, tiedonhallintaan sekä asiakas- ja markkinatuntemukseen. Asiakashallinta ja asiakslähtöinen liiketoimintamalli eroavat toisistaan lähinnä siten että käytännössä asiakashallinta on yksi asiakslähtöistä liiketoimintamallia avustava toiminto, sen osa. Asiakashallinta

käsittää vain asiakasrajapinnassa tapahtuvan toiminnan, ei koko yrityksen toimintaa. (Ala-Mutka, J. & Talvela, E. 2004, 22.)

Kun panostetaan asiakkaiden tarpeisiin ja asiakkaiden käyttäytymiseen, puhutaan yleensä asiakasstrategiasta tai asiakkaiden segmentoinnista. Strategia on ikään kuin juoni, jota noudattamalla toimija pyrkii saavuttamaan pitkän aikavälin tavoitteensa ottaen huomioon asiakkaiden käyttäytymisen, kilpailijoiden ratkaisut, markkinoiden muutokset sekä muut heidän toimintaansa mahdollisesti vaikuttavat seikat. Strategia koostuu neljästä päävaiheesta: ulkoisen ja sisäisen ympäristön analysointi, strategisten vaihtoehtojen arviointi ja valinta, strategiset toimenpideohjelmat sekä strategian seuranta ja ohjaus. (Ala-Mutka, J. & Talvela, E. 2004, 43.)

Kaikkia asiakkuuksia ei kannata eikä pidä hoitaa samalla tavalla, minkä vuoksi asiakasstrategian laadinta on tärkeää. Käsitteenä asiakasstrategialla tarkoitetaan strategian tarkastelua asiakas- ja markkinaperspektiivistä. Kyseessä ei siis ole kokonaan uuden strategian luominen. Asiakasstrategia tarkoittaa strategian muodostamista siten, että toiminnan suunnittelun perusteet kootaan asiakkaista ja markkinoista saatavilla olevista tiedoista. (Storbacka, K. & Lehtinen, J. 1997, 57.)

Asiakasstrategiaa laadittaessa määritellään asiakashallinnan asiakassegmentit, jotka toimivat pohjana yrityksen kaikille asiakkuuksiin liittyville toiminnoille, kuten tuotesuunnittelulle, markkinoinnille ja myynnille (Ala-Mutka, J. & Talvela, E. 2004, 46-47). Kun segmentointi on valmis, on välttämätöntä suunnitella kutakin segmenttiä tai asiakasryhmää varten palvelukanavastrategiat, joissa määritellään kanavat, joiden kautta luotuja asiakassuhteita ylläpidetään. Asiakasstrategia tuodaan käytäntöön muuntamalla se toimintamalleiksi. Toimintamallit sisältävät lähinnä tapoja ja ohjeita sovellettaviksi asiakkaan kanssa tapahtuvissa vuorovaikutustilanteissa. (Ala-Mutka, J. & Talvela, E. 2004, 23.)

Eri asiakasstrategioita voi käytännössä olla yhtä monta kuin yrityksiäkin. Ne voidaan kuitenkin jakaa kolmeen pääryhmään riippuen strategiaan sisältyvästä

ajattelumallista. Yritys joko edellyttää, että asiakas sopeutuu heidän prosesseihinsa tai päinvastaisesti yritys sopeuttaa omia prosessejaan asiakkaan prosesseihin. Kolmas vaihtoehto on niin sanottu vetoketjustratégia, jossa sekä asiakas että yritys sovittavat prosessejaan siten että ne soveltuvat yhteen. Tämä strategia vaatii perusteellista tiedonkeräystä ja paneutumista. Toimiessaan hyvin se parhaimmassa tapauksessa vähentää turhien toimintojen suorittamista, kun asiakkaan ja yrityksen välille on onnistuttu luomaan syvä vuorovaikutussuhde. (Storbacka, K. & Lehtinen, J. 1997, 123.)

Kiinteistöpointti Oy LKV:ssä asiakasstrategiat keskittyvät lähinnä palvelun laatuun ja nopeuteen. Tärkeää on myös yhteydenpito, jotta asiakas on tietoinen kauppojen edistymisestä tai muista häntä koskevista asioista. Edellä mainitut seikat ovat myös eräänlaisia toimintamalleja, jotka ohjaavat välittäjän toimintaa asiakaskohtaamisissa ja palvelutilanteissa yleensä. (Kiinteistöpointti Oy LKV, 2009. B-laatuksikirja.)

Segmentoinnin lähtökohtana on ajatus, etteivät kaikki asiakkaat ole samanlaisia. Jokaisella yksittäisellä kuluttajalla on oma käyttäytymismallinsa, joka yrityksen tulee kyetä tunnistamaan. Segmentoinnissa yksittäiset kuluttajat pyritään jakamaan ryhmiin tiettyjen ominaisuuksiensa perusteella. Tällaisia ominaisuuksia ovat esimerkiksi tarpeet ja ostokäyttäytyminen. Samankaltaisissa elämäntilanteissa olevat ihmiset yleensä jakavat jossain määrin samankaltaiset tarpeet vaikkapa päivittäistavara- tai vaateostosten suhteen. (Zikmund, W.G. ym. 2003, 18-22.)

Segmentoinnin suhteen yrityksillä on kaksi eri näkökulmaa: ulkoinen ja sisäinen näkökulma. Ulkoisella näkökulmalla tarkoitetaan asiakkaiden tarpeita sekä muita asiakkaita koskevia ja heitä toisistaan erottavia seikkoja. Sisäinen näkökulma kattaa muun muassa yrityksen toiminnan ja kannattavuuden, johon vaikuttavat myös muut yrityksen toiminnot, kuten tuotanto ja logistiikka. Asiakashallinnan segmentoinnin tehtävänä on yhdistää nämä kaksi näkökulmaa, jolloin kokonaiskuva yrityksestä ja sen muutoksen tarpeista nähdään paremmin. (Ala-Mutka, J. & Talvela, E. 2004, 49.)

Huolimatta siitä, että segmentointi on asiakashallinnan käsitteistä ehkä korostetuin, kiinteistönvälitysalalla perinpohjainen segmentointi ei kuitenkaan ole kovin yksiselitteistä tai edes käytännöllistä. Toimeksiantajaorganisaation jäsenten asiakkaat jakautuvat kahteen pääryhmään: kohteen tarjoajat ja kohteen etsijät. Joissain tilanteissa sama asiakas kuuluu molempiin ryhmiin, esimerkiksi tarjotessaan entistä asuntoaan myyntiin etsiessään välitysliikkeen kautta uutta asuntoa. Asiakasryhmiä voidaan tarkentaa pienempiin ryhmiin: kohteen myyjät, ostajat, vuokralle tarjoajat ja vuokrakohteen etsijät. Kiinteistönvälitysalalla asiakkaiden käyttäytymismalleja ei kannatta laatia, sillä niille ei käytännössä ole tarvetta. (Luukkala, I. 10.11.2010.)

Alan yritysten asiakkaita ei periaatteessa voida luokitella myöskään kannattavuuden perusteella tarjottavan palvelun luonteen vuoksi, sillä kyseessä ei ole toistuvasti käytettävä palvelu tai päivittäin käytettävä tuote (Luukkala, I. 10.11.2010). Asiakaskohtaamiset ovat useimmiten kertaluontoisia tai pitkien ajanjaksojen välein tapahtuvia. Kiinteistönvälitysalan yritykset tarjoavat palvelua, jolle kuluttajalla on tarvetta keskimäärin vain muutaman kerran elämänsä aikana, ostaessaan tai myydessään asuntoa. Vuokrakohteita välitettäessä asiakaskohtaamisia voi olla useammin, esimerkiksi kun asuntoa vuokralle tarjoava asiakas käyttää toistuvasti samaa välitysliikettä etsiessään kohteellensa uutta vuokralaista. (Luukkala, I. 25.10.2010.)

Tuottavuuden kannalta on tärkeää, ettei asiakashallinnassa keskitytä liiaksi asiakkaan etuihin ja tarpeisiin. Yrityksen täytyy panostaa kannattavuuteen, minkä vuoksi asiakaskannattavuuden kartoittaminen on hyvin tärkeää. Yrityksen kannattaa suunnata resurssinsa kannattaviin asiakkaisiin ja yrittää ennakoida heidän tarpeitaan. On haaskausta tuhlaa voimavaroja kannattamattomiin asiakkaisiin, vaikka heidän tarpeensa olisivat hyvin selkeät. Kannattavien asiakkaiden tarpeiden kartoittaminen ja ennakoointi on sen sijaan paljon tuottavampaa. Asiakaskannattavuutta voidaan arvioida esimerkiksi asiakaskäyntien määrän tai luonteen, sekä saatujen tuottojen perusteella. (Ala-Mutka, J. & Talvela, E. 2004, 49.)

Asiakkuuden arvo voidaan laskea vähentämällä asiakkuuteen liittyvät kustannukset tuotoista. Kustannukset muodostuvat hankintakustannuksista, kehittämiskustannuksista ja säilytyskustannuksista. Käsitteillä tarkoitetaan kuluttajan hankkimista yrityksen asiakkaaksi, asiakassuhteen syventämistä sekä kustannuksia, jotka yritys ottaa vastuulleen asiakkuuden säilyttämiseksi. Toisaalta kustannuksiin on hyvä laskea mukaan myös yrityksen kiinteitä kustannuksia. (Mäntyneva, M. 2003, 47.)

asiakashallinnan suunnittelu

Suunnittelun perustana on Kymenlaakson Ammattikorkeakoulun Ohjelmistoakatemia ohje vaatimusmäärittelyn tekoa varten. Ohjeet ovat vuodelta 2002. Vaatimusmäärittelyohje on suuntaa antava työkalu, joka helpottaa suunnittelua ja jonka avulla selvennetään mitä tehdään ja miksi. Muita suunnittelua ohjaavia tekijöitä ovat toimeksiantajan näkemykset ja tarpeet, sekä henkilötietojen käsittelyä ohjaava lainsäädäntö.

Vaatimusmäärittelyllä tarkoitetaan dokumenttia, josta ilmenevät suunniteltavan ohjelman tai ohjelmiston tavoitteet ja vaatimukset. Vaatimusmäärittely on yleensä toimeksiantajan ja ohjelmiston toteuttajan välinen sopimus siitä, mitä tilataan ja miten tilatun ohjelmiston tulee toimia ja palvella yrityksen tarpeita. Vaatimusmäärittely sisältää toiminnallisia ja ei-toiminnallisia vaatimuksia. Toiminnalliset vaatimukset liittyvät ohjelmiston ominaisuuksiin, ei-toiminnalliset taas ovat laadullisia ja resursseihin liittyviä vaatimuksia. Ei-toiminnallisia vaatimuksia voivat olla esimerkiksi käytettävyys, luotettavuus ja ylläpidettävyys.

Toimeksiantaja on laatinut ohjelmistosuunnitteluyrityksen kanssa projektisopimuksen, jossa on määritelty projektin toteutustapa. Sopimusta tehtäessä ei ole haluttu tilata ohjelmoijilta valmista ohjelmistoa, koska ajatus ohjelmiston toiminnoista elää jatkuvasti. Tämän vuoksi ohjelmistoa rakennetaan toiminto kerrallaan, katsotaan kuinka kyseinen toiminto toimii, kehitetään sitä ja siirrytään seuraavaan osaan. Valmiin ohjelmiston muokkaus jälkikäteen haluttuun muotoon tulisi toimeksiantajalle kalliimmaksi kuin käytetty metodi. (Luukkala, I. 22.11.2010.)

Tässä tehty vaatimusmäärittely on tarkoitettu helpottamaan suunnitelman toteuttamista. Vaatimusmäärittely havainnollistaa opinnäytetyön lukijalle mitä asiakashallinta tulee sisältämään. Tätä vaatimusmäärittelyä ei käytetä, eikä voida käyttää toimeksiantajan ja ohjelmistosuunnitteluyrityksen välisenä sopimuksena, sillä se kattaa valmiista järjestelmästä vain osan, joka koskee asiakashallintaa.

4.5 Tarkoitus

Kiinto-ohjelmiston perimmäisenä tarkoituksena on korvata aiemmat yrityksissä käytetyt kiinteistönvälitysalan tarpeita palvelevat kohde- ja asiakashallintaan käytetyt ohjelmistot ja ratkaisut. Kiinto-ohjelmiston on muun muassa määräselkiyttää ja helpottaa asiakashallintaa käyttäjäystävällisten haku- ja rajaustoimintojensa avulla. Lisäksi ohjelma muun muassa nopeuttaa esitteiden suunnittelua ja tulostusta. (Luukkala, I. 14.10.2010.)

4.6 Ympäristö ja suojaukset

Kiinto-ohjelmisto on itsenäisesti toimiva online-järjestelmä, joka vaatii käyttöoikeuden varmistamiseksi henkilökohtaisen käyttäjätunnuksen ja salasanan. Palvelun käyttö sisältää myös käyttäjän omat tiedot, joita on mahdollista muokata itse, minkä vuoksi palvelu on jokaiselle käyttäjälle yksilöllinen ja vaatii henkilökohtaisen käyttäjätunnuksen. Välittäjän tietojen lisäys järjestelmään on tärkeää, jotta esimerkiksi yhteystiedot näkyisivät esillä olevien kohteiden yhteydessä oikein.

4.7 Toiminta ja käyttäjät

Kokonaisuudessaan Kiinto-järjestelmä tulee kattamaan kaikki alan perustoimintoihin liittyvät ominaisuudet. Yleensä ottaen se sisältää käyttäjän henkilökohtaiset tiedot, eri välitystoimistojen tiedot, välittäjien tiedot, välitettävät kohteet, toimeksiannot ja niiden lisäämismahdollisuuden, asiakashallinnan sekä mahdollisuuden tietojen muokkaamiseen.

Järjestelmän asiakashallinnan kattava osa sisältää asiakasrekisterin, jonne välittäjät voivat itse lisätä asiakkaita keräämiensä tietojen perusteella. Järjestelmä mahdollistaa yksityiskohtaisen asiakastietohaun sekä eräänlaisen asiakasvahdin, joka uuden toimeksiannon avautuessa ilmoittaa jo rekisterissä olevista potentiaalisista asiakkaista, joiden tarpeisiin uusi kohde sopii. Tärkeä osa asiakashallintaa on myös jälkimarkkinoinnin helpottaminen. Järjestelmä voidaan ohjata muistuttamaan menneistä kaupoista, jolloin välittäjä ei unohda

hoitaa jälkimarkkinoinnin osuutta, eli yhteydenottoa kaupan osapuoliin puhelimitse tai kirjeitse.

Kiinto-järjestelmän käyttäjiä ovat ensisijaisesti Suomen kiinteistönvälittäjäliittoon kuuluvat yritykset ja toimijat, joita on yhteensä noin 400. Järjestelmän käyttöoikeus on lähinnä välittäjillä, mutta todennäköisesti myös muilla yritysten työntekijöillä käyttäjä- ja toimintokohtaisin oikeuksin. Asiakashallinnan käyttöoikeus rajautuu yksityiskohtaisempien tietojen osalta vain välittäjien käyttöön.

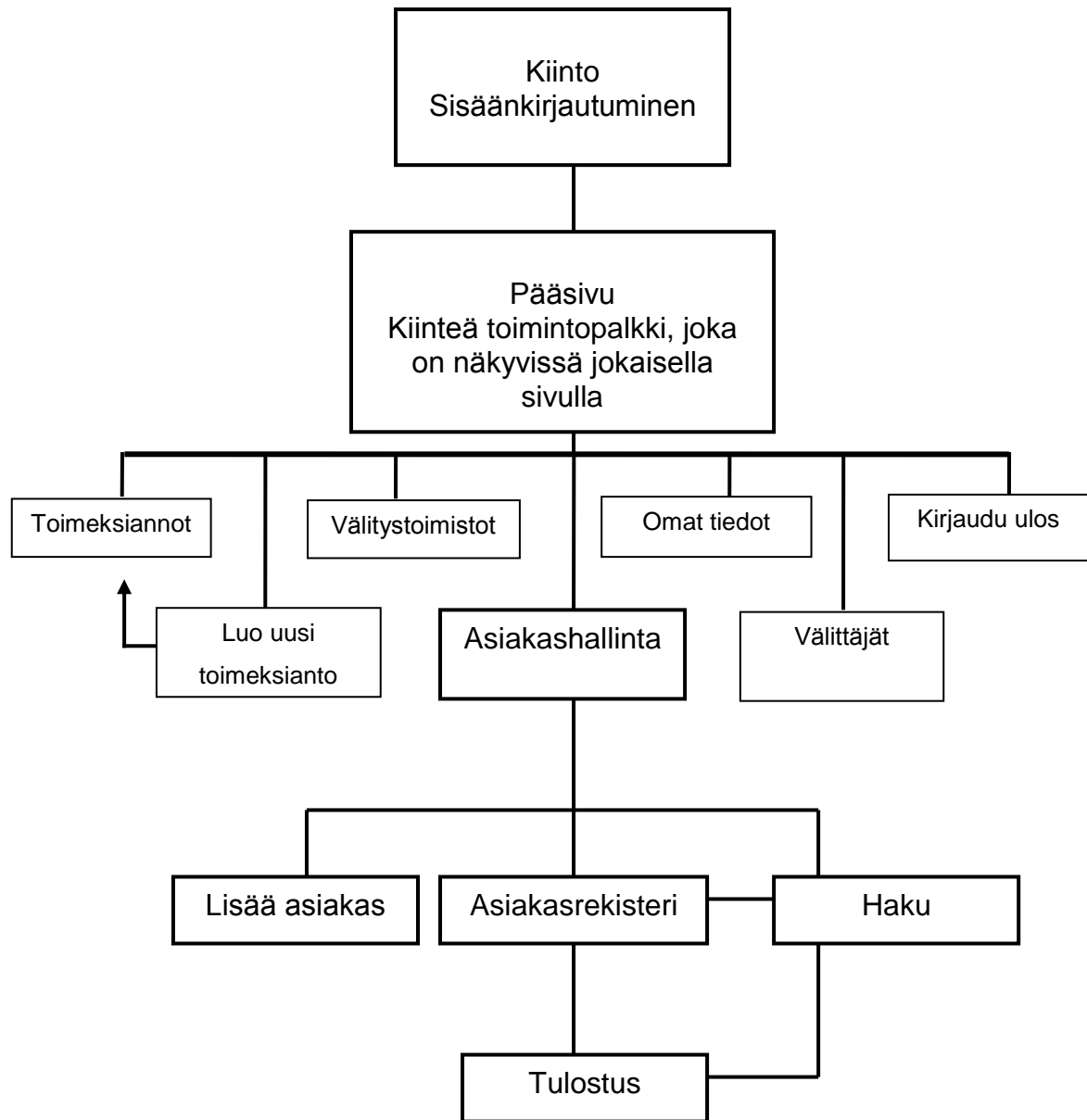
5 LOPPUTULOS

Tässä kappaleessa on esitetty suunnittelun tulokset, eli syntynyt suunnitelmapohja, jonka perusteella ohjelmiston asiakashallintaa koskeva osa voidaan ohjelmoida. Asiakashallinnan sisältämät toiminnot on määritelty toimeksiantajan tarpeiden perusteella ja toimintojen sisältö on suunniteltu tietojen yhtenäisyys silmällä pitäen. Yhtenäisyys on tärkeää, koska asiakashallinnan tietokenttien tulee sisältää samanmuotoista tietoa toimiakseen yhdessä myös muiden ohjelmiston osien kanssa.

5.1 Asiakashallinnan toiminnot

Alla olevassa kuviossa (KUVIO 1) on esitetty Kiinto-ohjelmiston päätoiminnot, sekä tarkemmin asiakashallinnan näyttötilat ja eri toimintojen riippuvuus. Jokaista sivua hallitsee vaakasuora palkki, joka on kiinnitetty siten että se on näkyvissä kaikissa näyttötiloissa. Palkissa on kaikki ohjelmiston toiminnot. Käyttö on yksinkertaista ja nopeaa, kun jokaisen toiminnon näyttötilasta pääsee suoraan käyttämään muita toimintoja.

Kiinto-ohjelmiston asiakashallinnan osan tavoitteena on parantaa yrityksen tehokkuutta ja asiakaspalvelun nopeutta. Kuten näyttökuviossa (KUVIO 1) selviää, asiakashallinta sisältää asiakasrekisterin, toiminnot tietojen lisäystä ja muokkausta varten sekä haku- ja tulostusmahdollisuuden. Yksittäisen osion sisältämien kenttien tulee sisällöltään ja merkitykseltään olla yhdenmukaisia muiden osioiden kanssa, jotta tiedonhallinta toimii mutkattomasti. Esimerkiksi jos tieto on syötetty eri muodossa kuin millä sitä haetaan hakutoiminnossa, tietoa ei löydy. Tämän vuoksi on tärkeää rajoittaa syötteiden muoto siten, ettei syöttömuotoja voi olla kuin yksi. Tällaista rajoitusta käytetään yleensä esimerkiksi päivämäärien syöttämisen kohdalla. Lomakkeella voi olla vaatimuksena että päivämäärä syötetään esimerkiksi muodossa pp.kk.vvvv, tällöin myös tiedon tulkinta on yksiselitteinen.



KUVIO 1: Ohjelmiston näyttötilat

5.2 Asiakasrekisteri

Asiakasrekisteri sisältää kaikki tiedot menneistä ja nykyisistä asiakassuhteista. Tieto on käytettävissä hakua, tulostusta ja muokkausta varten. Rekisterissä on näkyvissä kaikki kohdassa ”asiakastietojen lisäys rekisteriin” mainitut asiakastiedot. Yleisemmin sanottuna asiakasrekisteristä selviää asiakasryhmä, asiakkuuden aktiivisuus, asiakkaan tarpeet ja asiakashistoria. Tietojen muokkaus, lisäys, tulostus ja rekisterin hakutoiminnot ovat mahdollisia käyttäjälle, jonka käyttäjäprofiilina on välittäjä. Käyttäjäprofiilit ovat määrittelyitä, joiden perusteella ohjelma rajoittaa kunkin käyttäjän käyttöoikeuksia.

5.3 Asiakastietojen lisäys rekisteriin

Lisättäessä asiakasrekisteriin tietoja, käyttäjälle avautuu lomake, jolle tiedot syötetään. Lomakkeella olevat perustietoja koskevat kohdat ovat: asiakkaan suostumus tietojen käyttöön kiinteistöjen markkinoinnissa, nimi, sukunimi, katuosoite, postinumero, postitoimipaikka, puhelinnumero sekä töihin että kotiin, sähköpostiosoite, faksinumero ja asiakastyypin.

Asiakastyypin on valittavissa seuraavista kolmesta ryhmästä: Ilmoittaa myytävästä/vuokrattavasta kohteesta, hakee ostettavaa/vuokrattavaa kohdetta sekä on jo asiakas. Mikäli asiakas on tyypiltään kohdetta etsivä tai tarjoava, lomakkeelle avautuvat uudet kentät, joiden mukaan määritellään kohteen ominaisuudet. Lomakkeella kohde määritellään seuraavien ominaisuuksien mukaan asiakkaan tarjotessa kohdetta myyntiin tai vuokralle: kohteen kuvaus, sijaintikunta, kaupunginosa tai alue, katuosoite, postinumero, kohteen hinta/vuokra euroina sekä vapautumispäivämäärä.

Mikäli kyseessä on kohdetta etsivä asiakas, kohde määritellään seuraavien seikkojen mukaan: kohteen sijaintikunta tai maakunta, kaupunginosa tai alue, postinumero, katu, kohteen huoneiden lukumäärä, pinta-ala, maksimihinta tai –vuokra euroina sekä haluttu vapautumispäivämäärä. Asiakkaista lisätään myös asiakastyypistä riippumatta kontakti- ja historiatietoa, josta ilmenee asiakassuhteen kehitys sekä tulevaisuuden mahdolliset toimenpiteet. Näitä tietoja ovat: näytöt, joissa asiakas on käynyt, tilanne tai ajankohta, jolloin asiakkaaseen tulee ottaa yhteyttä sekä muu mahdollinen lisätieto.

Kentän sisältö	Syötteen muoto	Syötteen sisältö/vaihtoehdot
Asiakastiedot		
Asiakas antanut suostumuksensa tietojen käyttämiseen markkinoinnissa	Valinta	<input type="checkbox"/> Kyllä
Etunimi	Avoin kenttä	Teksti
Sukunimi	Avoin kenttä	Teksti
Katuosoite	Avoin kenttä	Avoin
Postinumero	Avoin kenttä	Numeerinen
Postitoimipaikka	Avoin kenttä	Teksti
Puhelinnumero (kotiin)	Avoin kenttä	Numeerinen
Puhelinnumero (töihin)	Avoin kenttä	Numeerinen
Sähköpostiosoite	Avoin kenttä	Avoin
Faksinumero	Avoin kenttä	Numeerinen
Asiakastyyppi	Monivalinta (valittavissa useita)	<input type="checkbox"/> Tarjoaa kohdetta myyntiin <input type="checkbox"/> Tarjoaa kohdetta vuokralle <input type="checkbox"/> Hakee ostettavaa kohdetta <input type="checkbox"/> Hakee vuokrattavaa kohdetta <input type="checkbox"/> On jo asiakas
Asumismuoto tai kohteen muu ominaisuus	Monivalinta	<input type="checkbox"/> Omistusasunto <input type="checkbox"/> Vuokra-asunto <input type="checkbox"/> Tontti
Tarjotun kohteen tiedot (Lomake avautuu jos valittuna on <u>Tarjoaa kohdetta myyntiin</u> tai <u>Tarjoaa kohdetta vuokralle</u>)		
Kohteen kuvaus	Avoin kenttä	Avoin
Maakunta	Avoin kenttä	Teksti
Sijaintikunta	Avoin kenttä	Teksti
Kaupunginosa tai alue	Avoin kenttä	Teksti
Katuosoite	Avoin kenttä	Avoin
Postinumero	Avoin kenttä	Numeerinen
Hinta/vuokra	Avoin kenttä	Numeerinen (€)
Pinta-ala	Avoin kenttä	Numeerinen (m²)
Vapautumispäivämäärä	Pudotusvalikot	pp ▼ kk ▼ vvvv ▼

Haetun kohteen tiedot		
(Lomake avautuu jos valittuna on <u>Hakee ostettavaa kohdetta</u> tai <u>Hakee vuokrattavaa kohdetta</u>)		
Maakunta, sijaintikunta, kaupunginosa tai alue, katuosoite, postinumero, vapautumispäivämäärä		
Huoneiden lukumäärä	Monivalinta (valittavissa useita)	<input type="checkbox"/> 1h <input type="checkbox"/> 2h <input type="checkbox"/> 3h <input type="checkbox"/> 4h <input type="checkbox"/> 5h/+
Pinta-ala	Raja-arvot	Min - Max
Hinta/vuokra	Raja-arvot	Min - Max
Lisätiedot		
Käynyt näytössä:		
Kohdenumero	Avoim kenttä *	Numeerinen
Kohteen ominaisuudet	Avoim kenttä *	Avoim
Kontaktointi tilanteessa	Avoim kenttä	Avoim
Kontaktointitapa	Monivalinta (valittavissa useita)	<input type="checkbox"/> Puhelimitse <input type="checkbox"/> Sähköpostitse <input type="checkbox"/> Postitse

TAULUKKO 1: Syötteiden sisällöt ja muodot

5.4 Haku asiakastiedoista

Hakutoiminto nopeuttaa haluttujen kriteerien mukaisten asiakkaiden kartoittamista. Kun halutaan esimerkiksi ottaa yhteyttä kaikkiin tietyllä alueella asuviin asiakkaisiin, hakutoiminto yhdistettynä myöhemmin esiteltävään tulostustoimintoon on nopea tapa löytää ja kontaktoida kyseiset asiakkaat. Eri hakukriteerejä ovat: asiakkaan sukunimi, postinumero, postitoimipaikka, kaupunginosa, asiakastyypin.

Kun asiakastyypin vaihtoehdoista valitaan asuntoa myyntiin/vuokralle tarjoava, avautuu haulle kohdetta koskevat kriteerit: kohteen sijaintikunta, kaupunginosa tai alue, postinumero, katuosoite, hinta/vuokra euroina ja vapautumispäivämäärä. Kun asiakastyypiksi valitaan asuntoa etsivä, lisäkriteerit ovat: sijaintikunta, kaupunginosa tai alue, postinumero, katu, huoneiden

lukumäärä, pinta-ala, hinta/vuokra euroina sekä haluttu vapautumispäivämäärä.
Kun haku on valmis, tulokset voidaan siirtää tulostettaviksi.

Haku asiakastiedoista		
Asiakastietojen mukaan		
Sukunimi	Avoin kenttä	Teksti
Postinumero	Avoin kenttä	Numeerinen
Postitoimipaikka	Avoin kenttä	Teksti
Kaupunginosa	Avoin kenttä	Teksti
Asiakastyyppi	Monivalinta	<input type="checkbox"/> Tarjoaa kohdetta myyntiin <input type="checkbox"/> Tarjoaa kohdetta vuokralle <input type="checkbox"/> Hakee ostettavaa kohdetta <input type="checkbox"/> Hakee vuokrattavaa kohdetta
Asiakkaan kohdetietojen mukaan: Tarjoaa myyntiin/vuokralle: Kunta, kaupunginosa tai alue, postinumero, katuosoite, hinta/vuokra euroina, vapautumispäivämäärä Etsii ostettavaa/vuokrattavaa: Kunta, kaupunginosa tai alue, postinumero, katu, huoneiden lkm, pinta-ala, hinta/vuokra euroina, Vapautumispäivämäärä		

TAULUKKO 2: Haku asiakastiedoista

5.5 Tulostus

Tulostustoiminto mahdollistaa asiakastietojen viemisen listana tai yksitellen paperille, osoitetarroiksi tai sähköpostilistaksi. Toiminto edellyttää ohjelmiston toimimista erillisten laitteiden tai ohjelmistojen kanssa. Tulostettavat tiedot ovat valittavissa vaihtoehtoja: nimi, puhelinnumero, sähköpostiosoite, katuosoite, postinumero, toimipaikka sekä haettuun tai tarjottuun kohteeseen liittyen: sijaintikunta, kaupunginosa tai alue, postinumero, katu, pinta-ala, huoneiden lukumäärä, hinta/vuokra ja vapautumispäivämäärä.

Toiminnon avulla voidaan ottaa yhteyttä suureen joukkoon asiakkaita, joita jokin asia, esimerkiksi uusi kohde, saattaa kiinnostaa. Tiedot voidaan tulostaa paperille listaksi, esimerkiksi puhelinsoittoja tai muuta tarkoitusta varten, siirtää osoitetarrapohjalle kirjekuorien lähetystä varten tai sähköpostilistaksi yhteydenottoa varten.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Opinnäytetyön tuloksena on jatkokehityskelpoinen suunnitelma, joka tulee varmasti muuttumaan paljon ja saamaan lisäyksiä lopullisen ohjelmoinnin aikana. Ohjelmointia on suoritettu pieni osa-alue kerrallaan ja aikaansaannoksia on tarkasteltu kerran kuukaudessa pidettävissä palavereissa ohjelmointiyrityksen ja ohjelman tilaajan edustajan kesken. Minkäänlaista valmiin ohjelman sisältöä koskevaa suunnitelmaa, eli vaatimusmäärittelyä, ei ole luotu, minkä vuoksi näin ei voinut menetellä myöskään tämän opinnäytetyön aiheena olleen asiakashallinnan kohdalla. Suunnitelmaa on tehty osa-alue kerrallaan, minkä jälkeen seuraavan vaiheen sisältöä on kehitetty yhdessä opinnäytetyön toimeksiantajan kanssa. Uusi järjestelmä tulee ainakin toimeksiantajayrityksessä tarpeeseen, sillä vanha ohjelmisto toimii hyvin kömpelösti verrattuna siihen, mitä mahdollisuuksia uusi järjestelmä tuo mukanaan.

Tämän opinnäytetyön keskeiset kehittämiskysymykset olivat: kuinka ohjelman tulee toimia, jotta se parhaiten palvelisi tarkoitustaan? Mitkä asiakastiedot ovat merkittäviä tai tarpeellisia? Kuinka kaikki tarpeellinen tieto yksittäisistä asiakkaista saadaan tallennettua? Miten tieto syötetään, jotta haku asiakastiedoista sekä potentiaalisen ostajan tunnistus toimisivat moitteettomasti? Suunnittelun edetessä lisättävien tietokenttien määrä väheni jatkuvasti, kun huomattiin, etteivät niiden sisältämät asiakastiedot olleet tarpeeksi olennaisia lisättäviksi. Päätettiin, että asiakkaista lisättäisiin vain tiedot, jotka koskevat tarpeita, eli esimerkiksi miltä alueelta asiakas haluaa asunnon tai minkä kokoisen asunnon hän tarvitsee. Tarpeettomiksi todettiin esimerkiksi asiakkaan äidinkieltä tai sivilisäätyä koskevat tiedot. Tiedonsyöttöä varten käytännöllisimmäksi syöttöpohjaksi todettiin lomakepohja, koska sama malli oli otettu käyttöön jo muissa suunnittelun alla olevan ohjelmiston osissa. Tiedonsyötössä olennaiseksi asiaksi todettiin tietokenttien sisällön yhtenäisyys, sillä se mahdollistaa hakutoiminnon käytön sekä asiakasvahdin. Tietokenttien sisällön tulee olla saatavilla vain yhdessä muodossa (esimerkiksi tekstinä,

numeroina, pp.kk.vvvv) tietoa lisättäessä ja tietoa haettaessa, muutoin haku ei toimi oikein.

Tämä opinnäytetyö on toteutettu toiminnallisena opinnäytetyönä vetoketjutekniikkaa soveltaen, yhdistellen toimeksiantajan näkemyksiin teoriaa useista eri lähteistä. Kiinteistönvälitysalasta kertova osuus on melko itsenäinen, mutta työn loppuosassa on pyritty soveltamaan alaan liittyvää teorian tietoa ja karsimaan pois alan kannalta tarpeeton tieto. Tällä tavoin työn sisältö pysyi tarpeeksi tiiviinä eikä asiakashallinnasta kertovasta osiosta tullut liian laaja. Kiinteistönvälitysalasta kertovaa kirjallisuutta oli käytössä riittävästi erilaisten alan toimijoita varten tehtyjen käsikirjojen vuoksi. Asiakashallintaa suunnitellessa tietoa täytyi etsiä laajemmin eri lähteistä. Mielestäni käytetty tekniikka sopi työn tekemiseen hyvin juuri sen vuoksi, että se auttoi tietoperustan rajaamisessa. Henkilötietoja käsiteltäessä tai kerättäessä tulee tietojen tarpeellisuus määritellä henkilötietolain nojalla. Lain mukaan asiakkaista on sallittua tallentaa vain tarpeellisia tietoja. Tässä suunnitelmassa määriteltyjen asiakastietojen tärkeys on perusteltavissa toimeksiantajan tarpeilla ja tarkoituksella nopeuttaa asiakaspalvelua tavoittamalla potentiaaliset ostajat ja myyjät nopeammin.

Opinnäytetyön tekeminen lähti liikkeelle toimeksiantajan kanssa käytyjen keskusteluiden pohjalta. Lopputuloksen sisältö rakentui vaihe vaiheelta toimeksiantajan tarpeiden myötä. Työ on pysynyt ennalta suunnitellussa aikataulussaan hyvin. Suunnitelman hahmottelu aloitettiin Microsoft Office Excel –ohjelmalla ja myöhemmin sitä jatkettiin Wordissa yksinkertaisemmassa taulukkomuodossa, joka myös jäi havainnollistamaan suunnitelman sisältöä tähän raporttiin.

Vastaavanlaisia suunnitelmia tehtäessä turvaudutaan usein asiantuntijoihin tai tutkimustietoon. Taustatietoa olisi voitu kerätä myös tätä tutkimusta varten, ellei toimeksiantajalla olisi ollut niin tarkkaa mielikuvaa siitä, mitä ohjelmistolta halutaan. Ohjelmiston jokaisessa vaiheessa on kuitenkin ollut mukana testaajia, jotka ovat kokeilleet ohjelmiston osien toimivuutta omien tarpeidensa mukaan ja raportoineet mahdollisista virheistä tai muutostarpeista toimeksiantajalle. Herää

kuitenkin kysymys, olisiko ohjelmistosta saatu paremmin tarkoitustaan palveleva, mikäli sen kehittämisessä olisi käytetty esimerkiksi tutkimustietoa.

On selvää, että uusi asiakashallinta parantaa ja nopeuttaa asiakaspalvelua. Yhteystiedot ovat paremmin hallittavissa, samoin kuin muu asiakastieto, jolloin asiakaspalvelu hoituu entiseen verrattuna mutkattomammin ja vähentää sekaannusriskiä. Vanhan järjestelmän huono toimivuus lähinnä kannusti välittäjiä turvautumaan perinteiseen paperiseen asiakashallintaan. Myös asiakkaat hyötyvät asiakashallinnan toimivuudesta. Asiakastiedot ja asiakashistoria ovat yrityksellä tallessa, jolloin asiakassuhdetta ei tarvitse aloittaa tyhjän päältä ja yrityksellä ehkä on jo ennestään tietoa asiakkaan tarpeista. Tehty suunnitelma on hyvin tiiviisti keskittynyt kiinteistönvälitysalaan, minkä vuoksi se ei välttämättä olisi avuksi muunlaisen asiakashallinnan suunnittelussa. Saman alan vastaavaa ohjelmaa varten se toimisi kuitenkin hyvänä pohjana.

Suunnitelman tekemistä helpotti toimeksiantajan selkeä kuva siitä, mitä ominaisuuksia asiakashallinnalta toivotaan. Suunnitelmaa tehtäessä olisi ehkä tarvittu enemmän tietoteknistä osaamista ja ymmärrystä ohjelmoinnista. Tietysti vastaavanlaisen suunnitelman tekeminen olisi ollut tietotekniikan taitajalle liian yksinkertainen, työn tekeminen siis tarjosi sopivan määrän haastetta. Osaaminen olisi varmasti vaikuttanut työn tulokseen ja siten ehkä omalta osaltaan nopeuttanut myös itse ohjelmointityötä. Tehty suunnitelma kuitenkin antaa hyvän pohjan myös jatkokehittämisideoita varten, selkeisiin ja yhteneviin taulukoihin on helppo lisätä uusia kohtia. Työ oli helppo toteuttaa ja pitää aikataulussaan, sillä aika- tai informaatiopulaa ei tullut missään vaiheessa. Tietenkin olisi ollut mielenkiintoista nähdä miten suunnitelma toimii ja miten sitä voisi jatkokehittää. Saadun palautteen mukaan suunnittelutyöstä oli suuri apu toimeksiantajayritykselle. Henkilökohtaisesti työn tekeminen oli mielenkiintoista, sillä kaikki alaa koskeva tieto oli periaatteessa uutta. Pääsin myös seuraamaan läheltä alan yrityksen toimintaa.

LÄHTEET

Ala-Mutka, J. & Talvela, E. 2004. Tee asiakassuhteista tuottavia. Helsinki: Talentum Media Oy

Finlex. Kuluttajansuojalaki. Hakupäivä 14.11.2010. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1978/19780038>

Hirvikorpi, H. 2010. Lehdistötiedotteet. Hakupäivä 20.10.2010. <http://www.kvkl.fi/lehdistotiedotteet.html.132.html>

Luukkala, Ilkka. Kiinteistöpointti Oy LKV. 2010. Palaverit (LIITE 1).

Kasso, M. 2005. Asunto- ja kiinteistökauppa. Helsinki: Talentum Media Oy.

Keskuskauppakamari. 2010. Tutkinnot ja kokeet. Hakupäivä 16.11.2010 <http://www.keskuskauppakamari.fi/Tutkinnot-ja-kokeet/LKV-koe>

Kiinteistöpointti Oy LKV, 2009. B-laatukäsikirja

Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto ry. 2010. Internet-sivut. Hakupäivä 11.11.2010. <http://www.kvkl.fi>

Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto ry. 2009. Hyvä välitystapa. Hakupäivä 19.10.2010. <http://www.hyvavalitystapa.fi/>

Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto ry. 2010. Kehittämistyöryhmän raportti. Suomen kiinteistönvälityksen koulutusjärjestelmän ja pätevyysien kehittäminen. Helsinki.

Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto ry. Ohje hyvästä välitystavasta.

Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto ry. 2007. Tutkimus asunnon osto- ja myyntiprosessista. Hakupäivä 11.11.2010. http://www.kvkl.fi/files/Asunnon_osto-_ja_myyntiprosessi_2007.pdf

Maanmittauslaitos. 2010. Kiinteistön ostajan ja myyjän muistilista. Hakupäivä. 17.11.2010. <http://www.maanmittauslaitos.fi/kiinteistot/kiinteistokauppa-kirjaamisasiat/kiinteiston-ostajan-myyjan-muistilista>

Malila, J. 2008. Kiinteistönvälityksen pelisäännöt – Turvallinen asuntokauppa kaikkien etu. Hakupäivä 19.10.2010.

http://www.arvopaperi.fi/multimedia/archive/00031/jukka_malila_31179a.pdf

Mäntyneva, Mikko. 2003. Asiakkuudenhallinta. Helsinki: WSOY

Nevala, T. Palo, M. Sirén, M. & Haulos, S. 2010. Kiinteistönvälittäjän käsikirja. Helsinki: Yliopistopaino.

Posio, P. & Lahtinen, J. 2002. Kymenlaakson Ammattikorkeakoulu. Ohjelmistoakatemia. Vaatimusmäärittelyn pohja. Hakupäivä 18.11.2010
<http://www2.kyamk.fi/~atesa/opro/>

Pöllänen, J. 1999. Yksilömarkkinointi; Oppivan asiakassuhteen rakentaminen. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Storbacka, K. & Lehtinen, J. R. 1997. Asiakkuuden ehdoilla vai asiakkaiden armoilla. Porvoo: WSOY

Suomen kiinteistönvälittäjäliitto ry, 2009. A-laatu-käsikirja

Suomen kiinteistönvälittäjäliitto ry, tietoa liitosta. Hakupäivä 10.11.2010. <http://www.skvl.fi/liitto>

Tietosuojavaltuutetun toimisto. Tietoa rekisterinpitäjälle. Hakupäivä 8.11.2010.
<http://www.tietosuoja.fi/1698.htm>

Työ- ja elinkeinotoimisto. 2008. Ammattinetti. Hakupäivä 22.11.2010.
<http://www.ammattinetti.fi/web/guest/alat>

Zikmund, W.G., McLeod, Raymond jr. & Gilbert, Faye W. 2003. Customer Relationship Management – Integrating Marketing Strategy and Information Technology.

LIITE 1

Palaverit

Palaveri 14.10. Elisa Toivola, Ilkka Luukkala, Kiinteistöpointti Oy LKV

Käsitellyt aiheet:

- Tulevan Kiinto-ohjelmiston sisältö
- Kiinto-ohjelmiston asiakashallinnan sisältö
- Ohjelmiston tuomat edut
- Käytössä olleen ohjelmiston puutteet ja kehittämiskohteet
 - o Hitaus, hakutoimintojen puute, ei täytä nykypäivän vaatimuksia

Palaveri 25.10. Elisa Toivola, Ilkka Luukkala, Kiinteistöpointti Oy LKV

Käsitellyt aiheet:

- Asiakaskohtaamisten luonne kiinteistönvälitysalalla
 - o Kertaluontoisuus

Palaveri 27.10. Elisa Toivola, Ilkka Luukkala, Kristiina Sunell, Null cooperative

Käsitellyt aiheet:

- Kiinto-ohjelmiston ohjelmointi käytännössä
- Uusi toimeksianto –valikon sisällön ohjelmointi

Palaveri 10.11. Elisa Toivola, Ilkka Luukkala, Kiinteistöpointti Oy LKV

Käsitellyt aiheet:

- Asiakaskannattavuus kiinteistönvälitysalalla
 - o Käyttäytymismalleja ei kannata luoda kertaluontoisuuden vuoksi

Palaveri 15.11. Elisa Toivola, Ilkka Luukkala, Kiinteistöpointti Oy LKV

Käsitellyt aiheet:

- Välittäjän vastuu
 - o Selonottovelvollisuus
 - o Toimiminen ammattinimikkeen edellyttämällä tavalla
- Asiakassegmentit
- Asiakassuhteiden hoitaminen
- Jälkimarkkinoinnin merkitys yritykselle
- Jälkimarkkinoinnin toteutus yrityksessä
 - o Palautekyselyt
- Tulevan asiakashallinnan edut

Palaveri 22.11. Elisa Toivola, Ilkka Luukkala, Kiinteistöpointti Oy, LKV

Käsitellyt aiheet:

- Kiinteistökaupan osapuolet
- Kaupantekovaihe, kaupanvahvistus
- Kiinto-ohjelmiston ohjelmointitekniikka
 - o Ei vaatimusmäärittelyä etukäteen, ohjelmoinnissa edetään vaiheittain (kustannustehokkuus, vähentää muutosten määrää)
 - o Muutoksia ja seuraavaa vaihetta käydään läpi kuukausittain